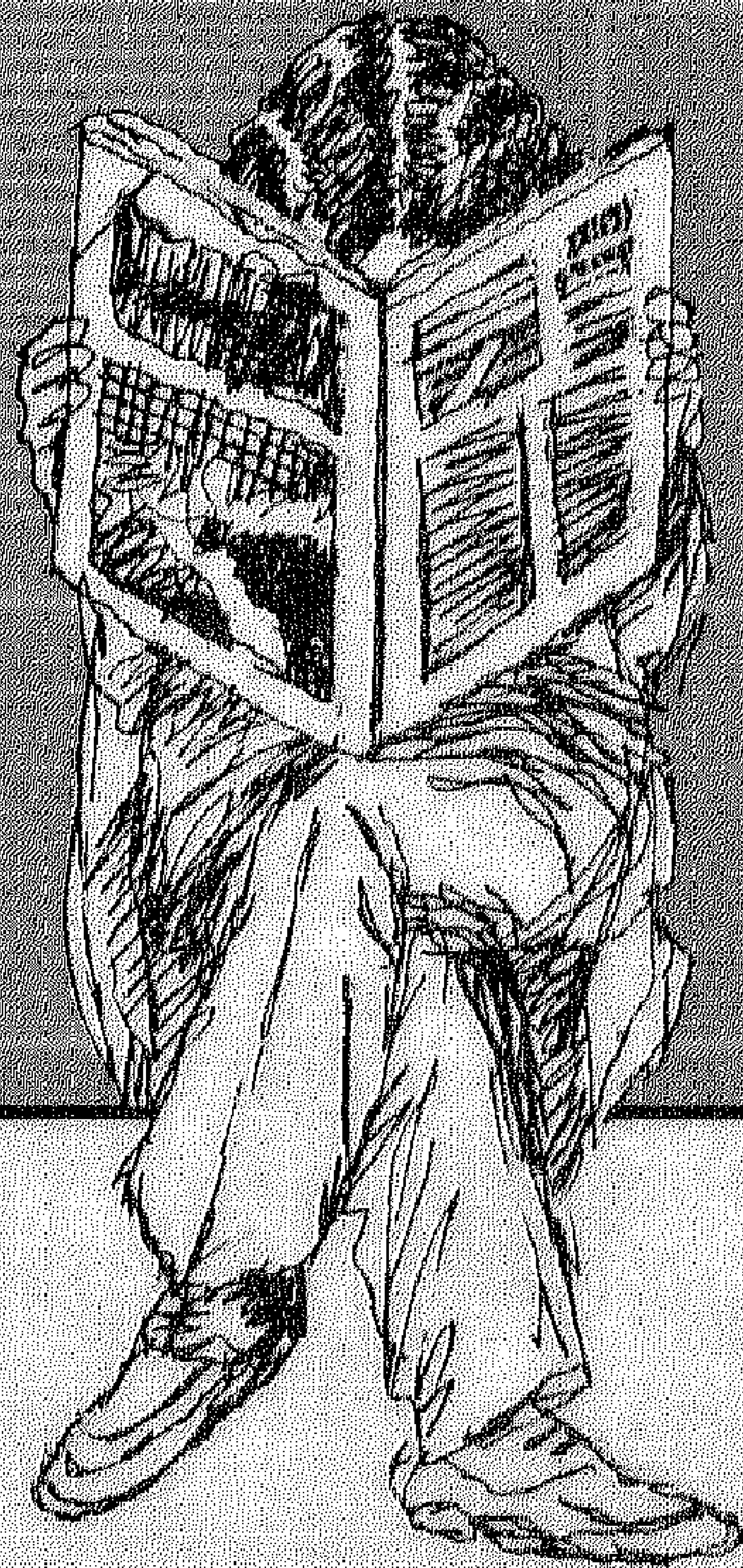
دراسات في الإعلام

محمود علم الدين

المجلة

التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها

تقديم: د. صليب بطرس



العربي للنشر والتوزيع

اهداءات ١٩٩٨

مؤسسة الاهرام للنشر والتوزيع

القاهرة

محمود علم الدين

المجلة

التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها



٦٠ شارع القصر العيني - امام روز اليوسف - القاهرة
تليفون . ٣٧٥٦٦١ — ٣٧٤٨٦٤

تقـــــــــديم

بقلم الدكتور صليب بطرس

توجد بصفة عامة مدرستان فيما يتعلق بتزويد صناعة الصحافة بما يلزمها من الموارد البشرية : الاولى وتتبع الاسلوب الذى لا يستند اساسا الى التعليم الاكاديمى البحت عن طريق تخصص معـــاهد لتدريب المواد الاعلامية ، بل تعتمد الصحافة فى ظله فى التزود بالموارد البشرية اللازمة لها عن طريق الاختيار القائم على الاستعداد الشخصى والخبرة والتجربة العمليتين .

ويكمل اصحاب هذا الاسلوب ما قد يكون هناك من نقص عن طريق التدريب اثناء ممارسة العمل in - job وفيه يلقى على الرؤساء عبء توجيه الجدد من العاملين فى الحقل الصحفى على اختلاف سماتهم .

وهذا الاسلوب تتبعه الصحافة البريطانية ، ولو أنه عدل فى العقدين الاخيرين لكى يتمشى مع مقتضيات العصر فى التطور التكنولوجى وفنـــون الصنعة وامتزج هذا النظام بالتدريب داخل المنشأة وخارجها الذى يمتــد حتى يصل الى من يشغلون مراكز قيادية فى التحرير والادارة على السواء .

ولم يجد اصحاب هذه المراكز حرجا فى استكمال ثقافتهم عن هــذا السبيل ولم تبخل عليهم المنشآت فى هذا المضمار فترسلهم الى اى مكان فى العالم حيث يكون التدريب فى افضل صورة له يقينا من القائمين عليهــا بأن هذا الانفاق نوع من الاستثمار له عائد مجز فى نهاية المطاف .

والاسلوب الثانى : ويستند الى ان الصحافة كأية مهنة اخرى لا بد للعاملين فيها من ان يتلقوا أصولها فى المعاهد العلمية على اساس اكاديمى .

ومن ثم فقد انشئت الكليات الجامعية التى يتلقى فيها الطلاب العمل الصحفى بنواحيه المختلفة ، ولا بأس من اختيار المتقدمين للالتحاق بهــذه الكليات لانتقاء من تتوفر فيهم المقومات الشخصية التى تكفل لهم النجاح فى ميدان الصحافة كسلامة التفكير وسلامة العبارة واتقان اللغــة وما الى ذلك .

والصحافة الامريكية زعيمة هذا الاسلوب بلا منازع .

ومما يعزز انتشار هذه المدرسة أن الصحافة اصبحت صناعة ضخمة ولها مميزاتها الخاصة بها . فعنصر الوقت مثلا يلعب فيها دورا أكبر مما يلعبه فى الصناعات الاخرى .

ويكفى لاظهار اهميته ان عمر الصحيفة كله يعد بالساعات ، والخبر نفسه يعتبر من أكثر السلع بوارا ، فقد يصبح عديم القيمة فى أقل من لمح البصر اذا سبقت اليه صحيفة أخرى .

ومن اليسير ايضا أن يتحول القارىء عن صحيفته المفضلة اذا ما دابت على التأخر عن الظهور فى موعدها الذى اعتاد القارىء أن يحصل عليها فيه .

واعتماد الصحيفة ، كمنتج نهائى ، على حكم القارىء باعتباره المستهلك النهائى يتسم بدرجة من الذاتية أكبر مما يتسم به حكم اى مستهلك لاية سلعة أخرى .

ولا يشفع ماضى الصحيفة العريق لدى القارىء ، اذا اعتقد يوما أنها قد قصرت فى خدمته او انها فى تصوره تختلف عن مسايرة العصر . وحتى أسلوب توضيب الصحيفة (اخراجها وطبوغرافيتها) يتوقع القارىء تبديله ولكن دون عنف من آن الى آخر بحيث يزيل عنه الملل ويواكب العصر .

وبرغم التقدم التكنولوجى الهائل الذى اعترى الصحافه فى جميع جوانبها ، وبخاصة منذ السبعينات ، فان العنصر البشرى ، فى مجال التحرير على وجه الخصوص ، ما زال له تاثير كبير فى مادة الصحيفة . فالحدث الواحد ، يخرج الى قراء كل صحيفة فى صور ونكهات مختلفة متأثرا ، ولا ريب ، بالمشاعر والاحاسيس الشخصية لمن اشترك فى الحصول عليه ولمن صاغه . وما ذكرناه هنا لا يعدو الا ينون قليلا من كثير ليس هذا مجال الاتيان عليه .

غير أن ما نود التأكد عليه هنا أن هذه المميزات لا بد من ان يتردد صداها فى صناعة الصحافة ابتداء من وضعها المؤسسى، وهيكلها التنظيمى واساسها ووضع سياستها المختلفة وتنفيذها .

ولا تختلف فى ذلك الادارة عن التحرير ، فالاولى فى تصورى ، هى مجموعة الاعمال التى من شأنها ان تفضى فى النهاية الى اخراج الصحيفة على نحو يجعل منها مادة يقبل عليها القارىء وتباع له بسعر يكون فى

متناوله ويحقق ربحا لاصحاب المنشأة الصحفية سواء اكانوا ملاكا تقليديين ام كانوا عمالا لهم فى ارباح الصحيفة نصيب كبير كما هو الحال فى الصحافة المصرية . وما دام الامر كذلك فلا تنافر بين أهداف الادارة وبين أهداف التحرير ، بل على العكس من ذلك فان أهدافهما متطابقة تماما ، وهذا أمر لازم لنجاح التخطيط .

ان الصحافة فى مصر لم تعد ، ما كانت عليه حتى أواخر الثلاثينيات وأوائل الاربعينيات عملا أدبيا فحسب ، كان يكفى للاضطلاع به أن يكون صاحب المشروع من رجال الادب له صلات برجال السياسة بصفة عـامة ورجال الاحزاب بخاصة حتى يقبل على اقامة المنشأة الصحفية . وكان يكفيه من الناحية المالية ان يحصل على بضع عشرات الالوف من الجنيهات يقيم بها المنشأة الصحفية وتاريخ الصحافة فى مصر ملىء بالامثلة العديدة .

ومن الواضح جليا أن وضع الصحافة قد تبدل . فنحن نسمـع عن عشرات الملايين من الجنيهات تلزم ليس لانشاء مؤسسة صحفية جديدة بل لتجديد وتوسيع منشئات قديمة عريقة .

وهنا تبرز اهمية التخطيط فى حياة الصحيفة .

ولعل الذهن ينصرف للتو ، عند ذكر التخطيط ، الى ما اسميه المواد الاولية الملموسة ابتداء من الآلات وانتهاء بالدوبارة اللازمة لحزم الصحيفة الصحيفة ربطا وما بينها من مواد تنوعت اصنافها تختلف بين الورق والمواد الكيمائية غالية الثمن وبين اصناف أخرى لا حصر لها . فاذا اقتصر التخطيط على هذه النواحى اضحى عديم الجدوى . بل انه الـزم واكثر ضرورة ولا ريب فى مجال التحرير . ويتعين ان يلازم التخطيط الصحيفة على طول طريق حياتها ومنذ التفكير فيها اذا اريد لها الوجود بله البقاء . وحتى اذا قدر لها ، غير ذلك فاختيار الوقت المناسب للتوقف عن الظهور فى حاجة الى تخطيط ايضا . وأقرب مثل يضرب فى هذا الصدد هو القـرار الذى اتخذته مجلة لايف Life الامريكية عندما قررت الاختفاء فى وقت بلغت فيه مبيعاتها ما لا يقل عن ستة ملايين نسخة من العدد الواحد . فقد رأى القائمون على أمر هذه المجلة ان تلك اللحظة هى أنسب اللحظات لاتخاذ مثل ذلك القرار .

والتخطيط للصحيفة — وانا أستخدم هنا هذه الكلمة باعتبار انهـا جنس و « المجلة » نوع تاركا التفريعات لما أورده المؤلف عنها — يبـدء بالاسم الذى يطلق عليها وبالطبقة أو الطبقات التى توجه الصحيفة لخدمتها ومخاطبتها وهذا أمر تتوقف عليه عوامل أخرى عديدة ، ويتوقف هو بدوره

على عناصر اخرى منها اسلوب مخاطبة جمهور القراء والتبويب ، واليوم الذى تظهر فيه وطبيعة المعلنين ، ونوع الطباعة والورق وما الى ذلك من الاعتبارات التى يتعين أن يتخذ فيه القرار على أساس متغيرات وثوابت عديدة لا تصلح لها العشوائية كما أنها ليست مجالا للانفراد بالراى لا من جانب التحرير ولا من جانب الادارة .

ومن هذا المنطلق لا بد من ان تدرك الاجيال الشابة من الصحفيين الذين اعنيهم بالخطاب . ان اى قرار فى مجال التحرير لم يعد كما يعتقد اصحاب المدرسة الصحفية القديمة أمر لا يمسه الا رجال التحرير ، وأن اى قرار ادارى كما تعتقد المدرسة الادارية العتيقة مجالا لا يتعدى حدوده الا رجال الادارة .

والراى عندى أن شراء المطبعة الخاصة بالصحيفة لم يعد عملا اداريا بحتا يتخذه الرجل المسئول عن الادارة من برجه العاجى ، بل لابد من اشتراك الرجل المسئول عن التحرير فى وضع هذا القرار وما يصاحب ذلك من دراسة وبحث وتمحيص . وكذلك الحال فى القرارات التحريرية .

ومن اجل كل هذا كان انشاء كلية الاعلام فى جامعة القاهرة عملا ضروريا للانتقال بالصحافة المصرية فى البيئة القديمة التى نشأت وعاشت فيها الى الاجواء الرحبة الحديثة التى لا يمكن أن تنمو الصحافة الحرة ، لخير المجتمع المصرى ، الا فى رحابها .

والواقع أن المؤلف وقد تخرج فى هذه الكلية — ويعمل الآن عضوا بهيئة تدريس قسم الصحافة بها — لخير مثل يضرب لما يمكن ان تقدمه للحقل الصحفى المصرى ، ومؤلفه (بفتح اللام) هذا لاقوى دليل على ما ذهبت اليه لقد تناول بمنهج علمى ممزوجا بتجربة عملية شابة تخطيط كافة جوانب العمل الصحفى التحريرية والادارية باوسع ما تنطوى عليه هذه الكلمة من معان معرجا على ثلاث تجارب من الصحافة المصرية والعربية احداها حدية للغاية اذ تمت بعد منتصف السبعينات ، فهى والحالة هذه تجر تتسم بالجدة، وبتأثرها بآخر ما وصلت اليه التكنولوجيا الصحفية فى نواحيها المختلفة .

وقد حان الوقت لان اخلى بين ما كتبه المؤلف وبين القارىء لكى يسبر بنفسه ، ويلمس ما بذل فيه من جهد ، وما وصل اليه من نتائج ليقومها فى هدى ما سبق أن ذكرته .

القاهرة (جاردن سيتى)
مايو ١٩٨٠

صليب بطرس
المستشار الفنى السابق لدار اخبار اليوم
أستاذ زائر بكلية الاعلام / جامعة القاهرة

مدخـــل :

المجـــلة

التعـــريف والسمات العامـــة

تعريف المجـــلة

عرفت منظمة اليونسكو الدوريات عام ١٩٦٤ ، بأنها كل المطبوعات التى تصدر على فترات محددة أو غير محددة (منتظمة أو غير منتظمـــة) ولها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها (أو اعدادها) ويشترك فى تحريرها العديد من الكتا بويقصد بها أن تصدر الى مالا نهاية (أى لا يوضح حد معين تقف عنده الدورية) وقد قسمت المنظمة الدوريات الى فئتـــين كبيرتين : ـــ

أ ـــ الصحف (الجرائد) :

ومنها الصحف اليومية (التى تصدر أربع مرات اسبوعيا على الاقل) والصحف غير اليومية (التى تصدر أقل من أربع مرات فى الاسبوع) ولا تدخل الولايات المتحدة الصحف ضمن المطبوعات الدورية بل تجعلهـــا مصدرا مستقلا من مصادر المعلومات فى حين تعتبر انجلترا مثلا الصحف من المطبوعات الدورية .

ب ـــ المجـــلات :

وهى تنقسم الى مجلات تهم المثقف العام ومجلات متخصصة فى أى مجال من المجالات : كالطب أو أحد فروعه أو الهندســـة أو الادارة أو المكتبات أو التوثيق وهكذا ومن الواضح أنه لا يهم سوى المتخصصين (١).

ويبقى مصطلح مجلة ، مثيرا لمعانى مختلفة ، ولجدل عنيف حولها ، فهناك ثمانية مصطلحات أو الفاظ تستعمل جميعا فى وصف المجلة وتطلق جميعها عليها وهى : المطبوع Publication والدورية Periodical والجورنال Journal ونظرة عامة واستعراض ومعاينـــــة Review والكتاب Book ، والجازيت Gazette والاداة Organ واخيرا المجلة Magazine ، ولعل استقراء دلالات هذه الفاظ أو المصطلحات الثمانية تعطينا فكرة واضحة عن مفهـــــوم المجلة (٢) .

المطبوع The Publication

أية مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة تعد مطبوعا : الجرائد ، الكتيبات والكتب ، والنشرات ، المطبوعات ، البطاقات ، الجـــــداول

(الكتالوجات) ، الملصقات ، وقليل من هذه المواد المطبوعة يصدر بشكل دورى منتظم ، وتحت الاسم نفسه .

الدورية The Poriodical

وتعنى اى مطبوع بصفة دورية ، واستعمل هذا المصطلح فى البداية للاشارة الى عمل واحد (مؤلف) كتبه مؤلف واحد على الرغم من انه طبع فى أجزاء متكررة ، كل فى فترة ، وقد اعتاد كبار الكتاب فى بريطانيا أن ينشروا رواياتهم بهذا الشكل ، فكثير من روايات تشارلز ديكنز نشرت دورية مثل : « أوراق بيكويك » ، و « ديفيد كوبر فيلد » ، و « نيكولا بيكلر » ، و «الاوقات الصعبة » وست روايات اخرى ظهرت فى أجزاء شهرية .

وعلى الرغم من أن كل المجلات دوريات (لانها تصدر بشكل دورى) فان كل الدوريات ليست بالضرورة مجلات وروايات . « ديفيد كوبر فيلد » و « الاوقات الصعبة » لديكنز ظهرت مع مقالات وروايات لاخرين فى جريدة أسبوعية تسمى Houschold News

وقد استعمل مصطلح Periodical ليشير الى نمط من مقالات الجرائد ليميز عن مقالات المجلة العامة ، ومع نهاية القرن التاسع عشر ، استعمل ليعبر عن كل مطبوع يصدر بانتظام عدا الجرائد .

الجورنال (الجريدة) The Journal

Journal كلمة لاتينية تعنى daily book كتاب يومى و diary (يومية) ، ويعادلها كلمة diurnalis اللاتينية ، وهى مشتقة من كلمة Jour الفرنسية (يوم) أو (يوم) أو diurnali (يومى) ، وقد تطورت واستعملت فى أوربا : انجلترا وفرنسا فى الشرق الثامن عشر لتصف الجريدة اليومية .

والآن نطلق كلمة Journal على ذلك النمط الجاد جدا من المجلات الذى تصدره جماعات الاطباء والعلماء والمهندسين والكيمائيين على سبيل المثال ، والغريب ان هذا المصطلح الذى كان فى الماضى يعبر عن الجريدة اليومية ، نجده الآن وقد أصبح أقل دورية عن معظم المجلات التى يصدر الكثير منها بشكل ربع سنوى وبعضها نصف سنوى ، وبعضها الاخر سنوى مثل :

- Birmingham University Journal
- The British Journal of Medicine

وعلى الرغم من ذلك فليست لكل هذه المجلات التى تسمى نفسها Journals

هذه الجدية نفسها أو التخصص الضيق نفسه ، فهناك أنماط من مجلات ذات مضمون أخف تستعملها مثل Ladies Home Journal و Woman Journal

وهناك نمط ثالث يقع بين هذين النمطين تصدره جماعات مهنية أو منظمات مثل : British Legion Journal, Gas Journal و Brewn's Journal

نظرة عامة ، استعراض ، معاينة The Review

استعمل مصطلح Review لسنوات عديدة ، وما زال يطلق حتى الآن على المجلة التى تحتوى على مواد أدبية ومقالات نقدية وتعليق على الاحداث الجارية ، تعرض لما كان يجرى ، ويستعمل هذا المصطلح الآن فى مجال الصحافة ليشير الى : الوصف النقدى لكتاب جديد ، مسرحيـــة ، فيلم ، تسجيل ، أو برنامج اذاعى أو تليفـــزيونى وتسمى هـــذه الالوان بالعروض أو المراجعات أو المتابعة (خاصـــة فى المجـــلات السورية والعراقية) .

وبعض المجلات تسمى نفسها Reviews أو يشار اليها بأنها Reviews وهى فى غالبيتها مجلات تتعامل مع احداث اخبارية حالية ، ووقائع حديثة فى عالم الفن والموسيقى والكتب ، أى انها تعيد النظر Re - view فيما حدث أو تستعرضه ، وخاصة ما تم نشره فى الجرائد أولا .

الكتاب The book

كثيرا من رجال الاخراج والطباعة ــ خاصة فى الولايات المتحـــدة الامريكية ــ يسمون المجلات كتبا Books ، وقد يكون السبب فى ذلك هو اقترابها بل تشابهها مع الكتاب فى انها لا تصدر بهدف أو لغرض معالجة الامور الحالية

والكتاب وفقا لما أورده Pocket Oxford Dictionary هو مجموعة من الاوراق المطبوعة مثبتة وموضوعة فى غلاف ، وعلى هـــذا الاساس فان وصف المجلات بهذا المصطلح ككتب ليس دقيقا .

الجازيت The Gazette

كلمة تعود الى كلمة Gazetta الايطالية وهى اسم عملة بندقية (من البندقية بايطاليا) كانت سعر لاول ورقة خبرية هناك .

واطلقت على الجرائد ، وما زال هناك عدد من الجرائد المحلية التى تستعمل هذا الاسم فى عناوينها مثل : Woldefield Gazette (الانجليزية) ولكن استعمالها المعروف بشكل جيد نجده فى عنوان المطبوع الحكومى الانجليزى الرسمى : The London Gazette الذى يصدر ثلاث مرات فى الاسبوع ، ويحتوى على قوائم للتعيينات الحكومية والترقيات ، وآخر التنقلات والاشارات العامة الاخرى ، كما ان هناك مجلات تطلق على نفسها Gazette وتتناول تخصصات تهم كل الناس بشكل عام وهى : Railway Gazette وPolice Gasette فى انجلترا .

الاداة **The Organ :**

كلمة تستعمل لتصف مجلة حزب سياسى ، نقابة مهنية ، رابطة أو اتحاد أو اى منظمة من هذا النوع ، ومثل هذه المجلات توظف لتحمل الاخبار الرسمية للمنظمات التى تصدرها ، اى انها « أدوات » تستخدم بواسطة اصحابها ، وهذا بالضبط ما تعنيه الكلمة اللاتينية Organum التى تعنى أداة Instrument

المجلة **The Magazine**

كلمة مجلة magazine الانجليزية الى الكلمة magazin الفرنسية المأخوذة من الكلمة العربيه مخزن .

وتاريخيا استعمل هذا المصطلح Magazine ، لاول مرة عام ١٧٣١ التالية استعمل ليصف الصحيفة التى كان لها شكل الجريدة ، ولكن محتواها متنوع .

وذلك لان الجريدة كانت مخصصة بشكل محدد للاخبار والاخبار السريعة والمحلية ، بينما المجلات لم تكن تفعل شيئا لتعرض اخبار وقتها ، بل قدمت الروايات ، مقالات عن الرحلات ، ودراسات جاده ، ومواد أخرى للتسلية .

وهكذا نرى ان المجلة الجيدة يمكن ان تعنى مكانا تجمع فيه المقالات والقصص وتزود بأسلحة وذخائر عقلية ، عن طريق طرح الافكار ، والمناقشات ، وعرض المعلومات الهامة والمفيدة .

وهناك اتفاق بين العاملين فى المجلات ومارسها الان على تعريف فرانك لوثر موت Frank Lutter Mott للمجلة Magazine الذى يرى فيه المجلة هى « مطبوع مغلف يصدر بشكل دورى — طويل او قصير — ويحتوى على مادة مقروءة متنوعة » ، وهو فى راينا ايضا افضل تعريف .

كان هذا هو المفهوم الغربى : الاوربى والامريكى لكلمة مجلة : لغويا واصطلاحيا ... فماذا عن المفهوم العربى لكلمة مجلة ؟؟

يقول الدكتور : محمد مهدى علام أن أول من استعمل لفظ الصحافة بمعناها الحالى كان الشيـــخ نجيب الحـــداد منشىء لســـان العرب فى الاسكندرية ، وكان الصحفيون لا يفرقون أول الامر بين الجريدة والمجلة فى الاستعمال ، ولكن كلمة Rewéw كانت هى المستعملة عند الفرنج فى مقابل ما أطلقنا نحن عليه كلمة مجلة (٣) ، ويتفق مع الدكتور عبد اللطيف حمزة فى اعتقاده بصحة قول فيليب دى طرازى أن أول من استخدم لفظ « مجلة » أو أشار باستعمالها هو ابراهيم اليازجى عندما كان يحرر مجلة « الطبيب » ثم شـــاهت بعد ذلك (٤) ، وعرف الشيخ ابراهيم اليازجى المجلة بأنها مشتقة من مادة جلا أو جلاء ، أى ظهر ووضح ، ومنها جلية الامر أى ما ظهر حقيقة أى الخبر اليقين ، والمجلة هنا بمعنى أنها استجلاء حقيقة من العالم .

فعندما تولى الشيخ ابراهيم اليازجى ادارة مجلة الطبيب عام ١٨٨٤ بالاشتراك مع الدكتور بشارة زلزل والدكتور خليل سعادة أشار باستعمال لفظة مجلة قائلا عنها : أنها صحيفة علمية أو دينية او انتقادية أو تاريخية أو ما شابه ذلك تصدر تباعا فى أوقات معينة ، وبذلك ثبت هـــذا الاسم وتبعه فى ذلك جميع المجلات التى صدرت بعد ذلك .

وعندما انشأ الشيخ ابراهيم اليازجى والدكتور بشارة زلزل مجلة « البيان » فى القاهرة قائلا عن المجلة أنها : جليس العالم ، وأستاذ المريد والموعد الذى يتلاقى فيه المفيد والمستفيد ، بل هى خطب العالم فى كل ندوة ، وبريده الى كل خلوة ، والمشكاة التى تستصح بها بصائر أولى الالباب ، والمنـــار الذى تأتم به المدارك اذا اشتهت عليهـــا شـــواكل الصواب » (٥) .

وفى راى الدكتور عبد اللطيف حمزة أن المجلة لا تعدو فى جوهرهـــا أن تكون عبارة عن اعادة النظر ــ الذى ينطلق من ان المجلة يطلق عليها لفظ Review والمعنى الحرفى له هو اعادة النظر ــ فيما طبع من أخبار وحوادث ومواد سبق نشرها فى الجرائد اليومية ، ولم تساعد طبيعـــة الصحافة اليومية على استيفاء هذه المواد كما ينبغى ، لكن المجلة تستطيع بعد كل هذا أن تعيد النظر فى جميع هذه المواد على اختلافها وأن تبـــدى للقارىء وجهة نظر جديدة (٦) .

ويعرف الدكتور شكرى فيصـــل المجلة بأنها « ظاهرة من ظواهر الحياة الحديثة أو مؤسسة من مؤسسات هذه الحياة الخصبة التى يعيشها العالم فى هذين القرنين ، وجدت مع التقدم الفكرى الذى ضر العالم ، وهذه

الحاجة الى تبادل الرأى وتقابل الفكر — قبل أن يكون قادرا على أن يتمثل تمثلا كاملا فى كتاب — بين المفكرين » (٧) .

ويضع الدكتور محمد مهدى علام تعريفا موجزا للمجلة ، وهو أنها « صورة مختصرة متجددة رخيصة الثمن لدوائر المعارف » ، ويقول أن وظيفة المجلة كانت قائمة فى حياة المجتمع العربى منذ القدم ، وكانت هذه الوظيفة تؤدى بطرق تلائم العصر ، فمن ذلك الى الادب والمناظرات والامالى وتناقل الروايات » (٨) .

ويتتبع الدكتور محمد مهدي علام كلمة مجلة فى لغتنا العربية (٩) :

— فى لسان العرب : لابن منظور « المجلة صحيفة فيها الحكمة » .

— وروى النابغة الذبيانى :

(مجلتهم) ذات الاله ودينهم قديم
فما يرجون غير العواقب

وهو فى ذلك يريد (الصحيفة) .

— وفى حديث سويد بن الصامت : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : « لعل الذى معك مثل الذى معى قال : وما الذى معك ؟ قال مجلة لقمان ، فكل كتاب عند العرب مجلة . يريد كتابا فيه حكمة لقمان .

— وفى حديث لانس بن مالك : القى الينا مجال — جمع مجلة — يعنى صحفا (أورد ذلك أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم المعروف بابن المنظور الافريقى المصرى فى كتابه لسان العرب) .

— وقال أبو عبيدة بن الجراح : « كل كتاب عند العرب مجلة » .

ويرى الدكتور سامى عزيز أن المجلة هى « نشرة ذات غلاف تصدر دورية تحتوى على نوعيات متعددة من المواد » ويحدد صدور أول دورية على شكل مجلة بعام ١٦٤٦ فى انجلترا بصدور The Review محتوية على أسماء الكتب والمؤلفين ، وتعليق وملخص للكتب ، وكان ذلك النوع عنده أقدم أنواع المجلات (١٠) .

وترى الدكتورة اجلال خليفة أن المجلة : « احدى الوسائل الهامة للاتصال بالجماهير ، تصدر فى دورية معينة واقل مدى لهذه الدورية أسبوع وأكثرها خمس سنوات . وتأخذ من الكتاب عمقه ومن الصحيفة تنوع مادتها ومجاراة هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها ، وكلمة مجلة

فى اللغة العربية — فى رأيها — تعنى قائمة عمومية من المعارف وجمعها مجلات أو مجال » (١١) .

ويحدد الدكتور محمد سيد محمد ثلاثة مقاييس رئيسية يمكن التمييز عن طريقها بين الجريدة والمجلة :

المقياس الأول : الفترة الزمنية لتتابع الصدور ، وهذا قد يبدو لاول وهلة مقياسا فى الشكل ، لكنه الاهم عنده ، فالصدور اليومى لصحيفة ما يؤكد كونها جريدة ، ولان هذا المقياس أيضا مرتبط بالمضمون ارتباطا وثيقا ، لان الصحيفة اليومية لا يمكن أن تتخصص كما تتخصص المجلات .

المقياس الثانى : هو المادة التحريرية ، وهى فى الجريدة الخبر فى المحل الاول ، وفى المجلة المقال بأشكاله المتعددة ، والتقرير الصحفى بأنواعه الاربعة : من حديث وتحقيق وريبورتاج وماجريات ، الى جانب القصص والطرائف والرسوم والصور وما شابه ذلك .

المقياس الثالث : فقد درجت الجرائد خلال تاريخها العالمى أن تكون فى حجم اكبر ، كما درجت المجلات خلال تاريخها العالمى ، أن تكون فى حجم اصغر وبرغم صدور صحيفة يومية بالحجم النصفى « التابلويد » وبرغم صدور مجلات بحجم الصحف اليومية ، لكن العبرة بالاغلب والاعم وما شذ عن هذه القاعدة قليل .

والى جانب هذه المقاييس الثلاثة الرئيسية توجد مقاييس ثانوية كنوع الورق ، والغلاف واستخدام الالوان ، وطريقة الطباعة ، والاخراج الصحفى ، واختلاف كل ذلك بصفة عامة فى كل من الجريدة والمجلة (١٢) .

ويفرق الدكتور محمد سيد محمد بين المجلة والنشرة مؤكدا على أن المجلة (١٣) : دورية تمثل عملا صحفيا بكل ما يتطلبه العمل الصحفى من عناصر ،وما يقتضيه من التزامات، وما يفرضه العرف الصحفى من عمومية واتصال مباشر بجماهير القراء ، أما مضابط البرلمانات أو تقارير النشاط السنوى للهيئات الثقافية أو ماشابهها فليست مجلات حتى لو اتخذت لنفسها عنوان مجلة لان التسمية الصحيحة لها هى النشرة .

كذلك تختلف المجلة عن الطبعة الاسبوعية من الجريدة ، فالمجلة ذات غلاف ، والطبعة الاسبوعية هى جريدة روعى فى تحريرها كثرة الموضوعات الحالية والانباء المحلية والعالمية ومقالات عن الادب والفن ، وفى بعض الاحيان كانت الامكانيات الضخمة للصحيفة اليومية تهىء لها فرصة لاصدار طبعة اسبوعية أو نصف شهرية وليست بالضرورة أن تحمل الطبعة الاسبوعية الاسم نفسه ، بل قد يضاف اسم آخر الى جانب الاسم الاول كالسياسة ، والسياسة الاسبوعية ، والبلاغ ، والبلاغ الاسبوعى (١٤) .

انواع المجـــلات

هناك أكثر من تصنيف لانواع المجلات ، يعتمد على كل تصنيف منها على معيار محدد يتقرر على أساسه نوع المجلة ، ويمكن حصرها فى ستة تصنيفات رئيسية (١٥) :

الاول : تضنيفال قراء ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقا لميول القراء .

الثانى : تصنيف التوزيع ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقـــا لارقام توزيعها .

الثالث : تصنيف الشكل ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقـــا لنوع الورق ونوع الطباعة وشكل المجلة Format من مظهر اخراجى الى تبويب الى قطع .

الرابع : تصنيف المضمون ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمضمون الذى تحمله .

الخامس : تصنف المصدر ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمصدر أو الناشر .

السادس : تصنيف دورية الصدور ، الذى يصنف المجـــلات الى انواع وفقا لعدد مرات صدورها أو دوية الصدور .

التصنيف الرباعى للمجلات

ولكنى اميل الى تصنيف المجلات الى اربعة أنواع رئيسية هى :

(١) المجلات العامة General magazine

(٢) المجلات الاخبارية News Magazine

(٣) المجلات المتخصصة Specialized magazine

(٤) المجلات الملخصة أو المهضومة وهو فى رأيى تصنيف شامل . Digest

المجلات العامة :

ويطلق عليها المجلات العامة General magazines او المجلات الجماهيرية Mass magazines او مجلات المستهلك Consumer magazines او مجلات المنوعات Variety magazine او متعددة الملايين Multi million

والمجلات العامة تتسم بتنوع المضمون ، وتتوجـه الى جماهير متنوعة ، وأن كانت تستهدف القارىء العام غير المتخصص ، مثل مجلات: Lesliés و Harper's Weekly, Collier's و Life, Look و The People الامريكية (١٦) ، و Paris - Match الفرنسية ، و stern الالمانية الغربية ، والمصور ، وآخر ساعة ، واكتوبر المصرية .

المجلات المتخصصة :

وتتعدد أنواع هذه المجلات بتعدد أنواع الجمهور الذى تخدمه ، والوظيفة التى تؤديها عن طريق المضمون المتخصص الذى تحمله .

فنجد أن هناك مجلات للمراة والطفل والرياضة ، والدين والادب والعلوم والهوايات ، وجمهورها محدد وكذلك مضمونها ، ويتراوح توزيعها بين بضعة آلاف واحيانا مئات فى مجلات المدارس والشركات ، الى ملايين مثل ال T.V. Guide الامريكية التى توزع ١٨ مليون نسخة اسبوعيا ، و Antimité, Vogue, Elle, Jours de France الفرنسية ، و Psychology Today، و Yachting, Woman's Day الامريكية ، ومجلات « حواء » و « الاذاعة والتليفزيون » و « الثقافة » ، « الشباب وعلوم المستقبل » ، و « الاهرام الاقتصادى » المصرية ، و « الفكر » التونسية ، و « الصقر » القطرية ، و « الشورى » الليبية .

المجلات الاخبارية :

يعتبر بعض اساتذة الصحافة ، ومنهم الدكتور سامى عزيز ، هذا النوع من المجلات العامة (١٧) ، ولكنه اقرب انواع المجلات الى الجرائد وهى تتسم بمحافظتها على عنصر الحالية عن طريق المتابعة المتسقة ، للاخبار ، واهم ما يميز اسلوب تحريرها :

١ — الايجاز : Brevity فأخبار الاسبوع تنشر مكثفة كلها فى صفحات قليلة ، كما امكن ذلك .

٢ — الذاتية Subjectivity حيث يتم مزج الراى بالحقيقـة ويتم تلوين الخبر بأسلوب شديد الجاذبية .

٣ ـ صحافة الجماعة : Group Journalism حيث يعمل عشرات من الباحثين والكتاب والمحررين فى تحديد اهم موضوعات العدد ، خاصة بموضوع الغلاف Cover Stary (١٨) .

واقدم المجلات الاخبارية فى العالم واكثرها توزيعا هى مجلة Time التى تعد اكثر المجلات تأثيرا فى الولايات المتحدة الامريكية ، تليها Der Spigel و News wlek . و U.S News and World Report الالمانية الغربية ، والـ Timpo المكسيكية ، التركية ، واليابانية Shako Aahi والهندية Look والـكينية Reporter (١٩) ، وفى مصر صدرت مجلة « الجيل الجديد » عام ١٩٥١ على هذا النمط ، واستمرت حتى عام ١٩٦٤ .

المجلات الملخصة او المهضومة :

وتعتمد على ان تنشر فى تركيز اهم وابرز المقالات والتعليقات والموضوعات الجادة والخفيفة والمسلية والمنشورة فى المجلات الاخرى العامة والمتخصصة مع التركيز على المتخصص منها ـ وذلك بعد قراءتها ـ واول مجلة من هذا النوع أنشئت فى لندن عام ١٨٦٠ وهى الـ Literary Digest لفراند وجنتالر ، بعد ذلك اسس البرت شوفروى Reader's Digest ، ولكن هذا النوع لم ينتشر ولم يزدهر بعد أن أصدر دى ويت والاس وزوجته ليلا أسيشون مجلتهما الشهيرة الـ
عام ١٩٢٢ ، بعدها تأسست عشرات المجلات المهضومة أو الملخصة (٢٠) وللاسف هذا النوع من المجلات لم يظهر حتى الآن فى العالم الغربى ، وتوقف صدور الطبعة العربية من الـ Reader's Digest ـ التى أصدرها فؤاد صروفخلال الحرب العالمية الثانيةباسم«المختار»من الريدرزدايجست وتولى رئاسة تحريرها بعده محمد زكى عبد القادر ثم كمال عبد الرؤوف ـ عام ١٩٦٧ حين اغلقت بعد توتر العلاقات المصرية الامريكية ثم قطعها فى نهاية عهد الرئيس جمال عبد الناصر .

وفى العامقبلالماضى لدثت مفاوضات بين مؤسسة اخباراليوم ودار النشر التى تصدر الـ Reader's Digest لاعادة اصدار الطبعة العربية منها ، ولكنها لم تنته الى اتفاق حتى حصلت على امتياز اصدار الطبعة العربية دار نشر عربية هى شركة النهار للمنشورات الدولية ـ باريس ، وتنشر الطبعة العربية من المختار الآن شركة راس الخيمة للمنشورات الدولية التى اسسها كل من غسان توينى وتوفيق ابو خاطر وعثمان عائدى ولوسيان دحداح ، ومقرها الرئيسى باريس ، ويرأس تحرير هذه الطبعة العربية (المختار من ريدرزدايجست) آدمون صعب ويعاونه اديب صعب ، ويعمل مؤنس طه حسين مستشارا ثقافيا للمجلة ، ويعيب هذه الطبعة ركاكة الترجمة العربية .

وترجع اهمية هذا النوع من المجلات الى انه يعطى الفرصة للقراء لتوسيع معارفهم ونظرتهم العامة والاطلاع على موضوعات هامة كان من الصعب بل من المستحيل عليهم — أحيانا — قراءتها فى مصادرها (٢١) .

سمات المجلة : كوسيلة اتصال بالجماهير :

قال استاذ الراى العام الامريكي الراحل والتر ليبمان : « اننــــا لا نحكم علي الاشياء فى ذاتها بل على الصورة التى نكونها نحن عنها ، اى ان الصورة التى فى رؤوسنا هى مادة آرائنا ، ومضمون هذه المادة على الدوام » .

ولكن كيف تتكون هذه الصورة ؟ ، وما القوى التى تساهم أو تشارك فى هذا التكوين ؟

يرى استاذ الصحافة والمؤرخ الفرنسى س.دينوابيه ان الجرائد اليومية تشارك بجزء فقط فى تكوين هذه الصورة التى فى رؤوسنا ، اما الاجزاء الاخرى فتأتى عن طريق المجتمعات العامة ، والمنابر والمحــاكم والمجالس النيابية وغير ذلك من الوسائل الفعالة فى التاثير على الــرأى العام ، واخيرا تسلطت السينما والاذاعة على عقول الجماهير الى درجة جعلت الناس تعتقد خطأ انهما سوف تخلعان الصحافة عن عرشها الى الابد ، وفى المنافسة بين هذه الوسائل المتعددة فى تكوين آراء النــاس تلعب المجلات دورا هائلا وذلك عن طريق الصور والقصص والموضوعات التى درست درسا عميقا (٢٧) .

فميزة الجريدة هى النكرار وميزة المجلة هى العمق .

فالمجلات اقدر على تقديم الموضوعات المدروسة والنتائج التى لم تكن معروفة من قبل ، لان لديها فسحة من الوقت للبحث والدراســة ، والاستقصاء فتستطيع ان تعــالج الموضوعات الاجتماعية والاقتصــادية والسياسية خيرا من الصحف اليومية فمثل هذه التقارير أوقع فى نفس القارىء وذات اثر أبقى من العناوين أو النبذ أو الاخبار المصورة التى تنشرها الصحف (الجرائد) اليومية .

وتستطيع المجلة ان تؤثر فى مخيلة القراء عن طريق الرسم والصور الفوتوغرافية ، تفوق تاثير الصحيفة (الجريدة) اليومية ، وذلك لما يتوفر لدى المجلة عادة من الامكانيات الفنية فى هذه الناحية ، فالطابع الجميــل للمجلات من حيث الامكانيات الطباعيــة والالــوان والاخــراج له تاثير سيكولوجى قوى فى نفوس الناس جميعا على اختلاف صفاتهم واعمارهم، لذلك تستغل المجلات بواسطة رجال الدعاية السياسية والتجارية كوسيلة ناجحة ومؤثرة (٢٣) .

وتاريخيا تطورت المجلة كشكل مهجن Ahybrid form مطبوع ، وذلك لتملأ الفجوة الاتصـــالية الموجودة بين الجرائد والكتاب الثقافى الادق . فدافيد كرونيك يضعها فى منطقـــة وسط بين الـــكتاب والجريدة ، ذلك أنها توجه الى جمهور أكثر تحديدا من جمهور الجريدة ، ولا ترتبط بشدة بالحوادث اليومية وتشبه الكتاب أكثر من الجريدة بحكم مدى الافكار التى تعالجها (٢٤) .

وبينما يرى جورج ديهاميل أن : «المجلة تجمع بين الجريدة والكتاب» بعد أن غيرت خلال السنوات الاخيرة من مقرها والتمست لها مظهـــرا جديدا ، محافظة على مظهر الجريدة وأن تدم تمادة اغنى وان لجأت الى شىء من التراجع فى الزمن لتحكم على الوقائع والناس(٢٥) .

ويمكن تحديد سمات المجلة كوسيلة اتصال ، وكذلك تحديد سمات جمهورها من خلال مقارنة المجلة بالوسائل الاتصالية الاخرى على أساس السرعة والتغطية والشكل والتكلفة وامكانية الحصول عليها والدوام ، وذلك من خلال الجدول التالى :

الوسيلة / السمة	الكلام	الكتاب	الجريدة	المجلة	الاذاعة(*)
السرعة	لحظى	تاريخى	سريعة	وقتية	لحظية
التغطية	—	—	مجزأة	تاملة	مجزأة بشكل جيد
الشكل	—	عدد	فسيفائية	متعددة	عشوائية
التكلفة	مجانى	مكلف	رخيصة	مرتفعة	مجانية
امكانية الحصول عليها	ثابتة	صعب الحصول عليه	جاهزة	اقل صعوبة	ثابتة
الدوام	زائل	دائم	معاصرة	شبه دائمة	زائلة

(*) الاذاعة : المقصود بها الراديو والتلفزيون

كذلك يمكن التعرف على الجماهير التى تتوجه اليهـا المجلة ، من خلال مقارنة بين أنواع الجمهور ــ حسب تقسيم فردريك هويتنى وهى Audience والعامة Publics والجماعات Groups والافراد من حيث سمات كل نوع والوسائل الاتصالية (الاعلامية) التى تستخدمها من خلال الجدول التالى (٢٦) :

نوع الجمهور **المقارنة**	الجمهـــور Audience	العـــامة Publics	الجماعات Groups	الافــراد Individuals
السمات	اعداد اكبر	غير تطوعية	تطوعية	أعداد أقل
	دائما تزيد	لا يمكن التعرف عليها	يمكن التعرف عليها	كلها مقسمة
	اقل تحديدا	ملامح مفردة موحدة	محددة	أكثر تحديدا
	غير مواجهة	جغرافيا ووظيفيا	متجانسة	شخصية
	غير متجانسة	وديموجرافيا	متجزاة	مواقف غير معروفة
الوسائل	جماهيرية	تليفزيون	مطبوعات متحكم فيها	وسائل تستعين بالحاسب الالكترونى
	تليفزيون	صحافة محلية		
		راديو	تقبل شخصى	
	وكالات أنباء	مجلات		بريد مباشر
		ادوات متجددة		تليفون

وتعكس المجلات التنوع البارز داخل اى مجتمع متقدم أو نام بشكل لم يشرح ولم يظهر فى اى وسيلة اتصال بمقدار ما يظهر فى المجلات .

فنظرة عاجلة الى قائمة بعناوين المجـلات فى الولايات المتحـدة الامريكية ، نجد أن هناك مجلات للمراة وللرجل ، للوقاية (Shelter) الازياء ، الرياضة ، الراى ، الاخبار ، الاعترافات ، الفكاهة ، والمجلات الاقتصادية ، والعقائدية والمطبوعات التجارية ، والمجلات المدرسيـة ، ومجلات الرواية العلمية ، ومجلات الشركات السنوية ، وقدرا كبيرا من الكتالوجات التى تسمى مجلات وهى حوالى ٢٠ الف مجلة .

وفى مصر : نجد لدينا مع الفارق الكبير فى الكم والنوع ــ مجـلات عامة وسياسية ودينية ورياضية وفنية وثقافية وأدبية ، واقتصادية ، ومجلات للمراة وللطفل وللسيارات وللعمال وللمعلمين .

وبشكل عام يمكن القول بأن عمق المجلات وتنوعها يعطى صورة واضحة جذابة للمجتمع المعاصر ، ويحدد اهتمامات الناس وأذواقهم ، ومن خلال ارقام التوزيع وتحليل مضمون المجلات نجح بعض الانثروبولوجيين الاجتماعيين وعلماء المستقبلية (الدراســات التى تستطلع المستقبــل) Futurology فى أن يرسموا بشكل دقيق عادى خلاصات ونتائج حول ثقافة هذا المجتمع وانسانه (٢٧) .

ويمكن ان نحدد ابرز الوظائف التى تؤديها المجلة فى المجتمع فى النقاط التاليه (٢٨) .

(١) تشارك المجلة — مع الجــريدة — فى الدعــوة للاصلاحــات السياسية فى المجتمع .

(٢) لا تقوم المجلة بتفسير الاحداث والمسائل العامة فقط ، ولكنها تضع هذه الاحداث فى أبعادها الوطنية ، وربما كانت المجــلات مكملة لا منافسة لوسائل الاعلام الاخرى فى هذا المجال .

(٣) تساعد المجلة على تدعيم الاتجاهات الوطنية من اجــل تكوين المواطن المتجانس كما تعمــــل المجلة على تدعيم الروابط الثقافية بين القـــراء .

(٤) زودت المجلة المصورة الملايين بوسيله رخيصـــة للتسلية ، واحتلت المجلة خصوصا — بعد احتوائها على المقالات المتنوعة والأخبار والتحقيقات فضلا عن الصور — فى عادات القراءة مكان الكتاب بالنسبة للكثيرين .

(٥) المجلة معلم قليل التكاليف اذ تقدم للجمهور فى حياته اليوميــة الكثير ، فهى تعطى المشورة بالنسبة للاطفال المتخلفون فى دراستهم ، وتقدم النصائح بالنسبة للمشاكل المالية أو الزوجية وكيف يمكن أن يكون الزوجان اكثر تآلفا مثلا ، وتوضح المجلة للناس كيف يزينون منــــازلهم وحدائقهم وكيف يعدون طعاما رخيصا وصحيا فى الوقت نفسه وهى تدل السيدات على كيفية العناية ببشرتهن وقوامهن وعلى آخر الازياء والزينة وغير ذلك من أبواب المجلة ومحتوياتها .

(٦) المجلة معلم للجمهور فى مرانه الثقافى والحضارى فهى تصــل بمقالاتها واخبارها الجيل الحاضر بالجيل الذى سبقه ، والمجــلة تحيط قرائها بانجازات الشعوب الاخرى وصفاتهم وقصصهم وأنماط حياتهم .
كما تذكر المجله — عادة — تقارير عن الكتب الحديثة التى صدرت أو نبذ صغيرة عنها ، وكذلك عن المسرحيات والافلام والاســـطوانات

الموسيقية أى انها تحث القارىء على أن يكتشف وتتقصى مصادر اخرى من المعلومات .

ويمكن فى النهاية القول ان احدى مميزات المجـــلة الكبيرة هى فى تقديمها لالوان مختلفة من المعلومات والتسلية ، محاولة من خلالها أن ترضى اذواق قطاعات كثيرة من القراء .

نظام تخطيط اصـــــدار مجلة

المجلة بالنسبة للمحرر الصحفى هى : مضمون صحفى متخصص ــ فى حالة المجلة المتخصصة ــ وعام منوع فى حالة المجلة العامة ــ يترجم ويعبر بسرعة عنه فى قوالب أو اشكال فنية أو صحفيه ، قد تكون قصة خبرية ، أومقالا افتتاحيا ، أو دراسة صحفية ، أو ربما شكلا كاريكاتوريا ساخرا .

وهى فى نظر المخرج الصحفى : مجموعة من الصفحات ، لها غلاف ، وقائمة محتويات وتبويب معين ، يشمل فى داخله صفحات تضم كل منها عنوانا ومقدمة ومتنا وصورا ورسوما ومساحات بيضاء وألوان .

أما بالنسبة للطابع : فهى عبارة عن سطح طابع وحبر وورق موضوع بعناية ونظام معين على اسطوانات تدار بشكل يختلف حسب نوع الطباعة .

وبالنسبة لرجل الادارة أو المنظم المجلة هى : « مشروع اقتصادى ذو طبيعة خاصة » ــ يمليها هدف الاصدار وهو أداء هدف أو دور اعلامى الى جانب تحقيق الربح ــ ، اى انها فكرة معينة قابلة للتطبيق لتحقيق اهداف معينة بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن ، أو هى موارد نادرة يجب تخصيصها بطريقة مثالية لتحقيق الاهداف بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن .

لذلك نجد أن مشروع اصدار مجلة جديدة أو تعديل خطة مجلة قائمة هو عبارة عن مجموعة من الانشطة المتشابكة المترابطة التى تهدف الى استغلال الموارد المتاحة بشريا واقتصاديا وتكنولوجيا للحصول على منافع معينة ، اى أن مجموعة من أنشطة تنفق عليها أموال معينة ومجموعة من البشر يعملون فى علاقات ترابط معينة لانجاز أهداف مشتركه ، ويتم فيه عمليات تخطيطية وتمويلية وتنفيذية وله نقطة بداية ونقطة نهاية وذلك بغية تحقيق هدف محدد فى النهاية .

وتأسيسا على ما سبق يمكن أعتبار عملية التخطيط لاصدار مجلة شكل من اشكال تخطيط المشروعات يشترك فيها كل أطراف انتاج المجلة : من محررين الى طابعين الى فنيين ، الى رجال ادارة وتنظيم ، وذلك بحكم طبيعة المجلة كمشروع اقتصادى صناعى ذو طبيعة اعلامية .

ويهيمن على عملية التخطيط لاصدار المجله رجال الادارة الصحفية، وعملية التخطيط هذه فى جوهرها لا تخرج عن كونها عملية منظمة واعية لاختيار أحسن الحلول الممكنة للوصول الى أهداف معينة أو بعبارة أخرى هى عملية ترتيب الاولويا تفى ضوء الامكانيات المادية والتكنولوجية والبشرية المتاحة والهدف فى النهاية هو الوصول الى الخطة الاساسية

للمشروع ـــ وهو هنا اصدار المجلة ـــ او وضع استرانيجية العمل ، اى وضع هذا التخطيط فى ضوء برنامج موقوت بمراحل وخطوات ونحديدزمانى ومكانى ، ويحدد الدكتور على رفاعة الانصارى اربعة عناصر رئيسيـــة تدخل فى تكوين استراتيجية العمل فى اى مشروع وهى :

ماذا يحتمل عمـــــله	Whot might do
ماذا تستطيع عمله	Whot it could do
ماذا ترغ بفى عمله	What it Would do
ماذا يجب علينا عمله	What we Should do

واذا نظرنا الى عملية التخطيط لاصدار المجلة كمشروع فى ضـــوء بحوث العمليات Operatior Rerearch نجدها تكون فى داخلهـــا نظاما او « مجموعة من العلاقات المرتبطة والاجزاء المتصلة ومتعلقاتها فى تفاعل متبادل ومتحد نحو هدف واحد » او « مجموعة من الاجزاء المرنبطة ببعضها البعض تمام الارتباط بحيث ان اى تغيير فى اى جزء لابد وان يؤثر فى باقى الاجزاء فلكل جزءهنا منطقه الخاص به والمنطق الخاص بكل جزء هو ان له دوره فى تحقيق الهدف النهائى ، فمنطق الاجزاء منطق تحقيق نتائج ، ومنطق الربط منطق تحقيق نتائج وليس مجرد تجميع تصورى او اعتباطى.

وبتحليل عملية التخطيط لاصدار المجلة كنظام ، نجده نظاما مفتـــوحا يسمح بالاخذ والعطاء مع بيئته ، ولهذا النظام حدوده ، وكل ما هو خارجه يمثل وسط هذا النظام وبيئته (٢) .

وخلال الصفحات القادمة سنقوم بعمليـــة تحليل لنظـــام « التخطيط لاصدار المجلة » ،من خلال تحليل العلاقات المتبادلة بين اطرافه اوعناصره الثلاثة : وهى المدخلات gnputo ، والعملية Pwccm ، ثم المخرجات او النتائج Outputo

فعملية التخطيط لاصدار المجلة تتضمن كنظام ثلاثة ابعاد او اطـــراف تشمل :

اولا : المعطيات او المدخلات gnput o وهى التحليـــل او الدراســـة التفصيلية لجدوى مشروع اصدار المجلة .

ثانيا : العملية Process ، أو التحـرك التنفيذى ، وتتضمن اتخـاذ مجموعة من القرارات الاساسية على المستـوى التخطيطى ، والتى تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع ، فاصدار المجلة يتضمن جوانب عدة : صحفية واقتصادية ، وفنية ، وقانونية ، وتنظيمية وبشرية أن عملية الاصدار تشكل نظاما جمعيا Macro ، يتكون بدوره من مجموعـة من النظم التحتيـة أو الفرعية Sulrrtoms أو النظم الصغيرة Micra ، وهذه العملية تنتهى بأن يصدر المخطط لاصدار المجلة — وهو هنا رجل الادارة الصحفية الذى يهيمن على عملية التخطيط كلها — مجموعة من القرارات على مستويات متعـددة وفى جوانب مختلفة تحريرية وفنية وبشرية وتنظيمية واقتصادية وأخيرا قانونية وذلك بعد دراسة البدائل المختلفة .

ثالثا : النتائج أو المخرجات Outputo وهى هنا الهدف أو النتيجـة النهائية المطلوبة ، وتتلخص فى وضع خطة أو جدول زمنى لتنفيذ المشروع .

وهدف الكاتب — هنا على المستوى النظرى الاكاديمى وفى هذا الجزء من الدراسة — هو محاولة التوصل الى مجموعة من المراحل أو المبادىء أو المعايير المترابطة المتناسقة مع بعضها البعض فى علاقاتها فى وضع محدد هو التخطيط لاصـدار مجلة ، يمكن أن تصبح فى المستقبل نظامـا تخطيطيـا Planniny Ayrtom يمكن تطبيقـه على أى منتج صحفى يراد اصـدار فى شكل مجلة .

البعد الاول فى عملية التخطيط لاصدار مجلة

التحليل او الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع

والهدف هو التحديد الدقيق والتفصيلى لجدوى مشروع اسدار المجلة من الناحية التسويقية والفنية والاقتصادية والصحفية،والمقارنة بين البدائل المختلفة التى يمكن أن ينفذ بها المشروع .

وهذه البدائل قد تكون بدائل تحريرية اى فى اسلوب تحرير المجلة او مظهريه ، فى اسلوب الاخراج والتقطع ، او بدائل تكنولوجية اى فى طريقة الانتاج ، أو فى نوعية المعدات ، او بدائل فى موقع الانتاج او فى نوعية المواد الاولية المستخدمة او فى مصادر الحصول عليها .

وهنا يحتاج الامر الى تكاتف جهود أكثر من تخصص أثناء هذه الدراسة التى تتم فى اطار الخطة العامة لانشاء المجلة ويشارك فيها خبراء من اكثر من تخصص بينهم الصحفى والادارى والاقتصادى والمحاسب والمهندس ورجل الاعلان ورجل التوزيع اى ان الامر يتطلب تكوين مجموعة عمل او فريق خبراء يراسهم مدير المشروع .

وتشمل الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع الجوانب التالية (٣):

(١) تحديد مواصفات المنتج (المجلة) المزمع انتاجها (اسدارها) .

(٢) جمع معلومات من السوق وتشمل :

— معلومات عن حجم الطلب الداخلى والخارجى على المجلات الموجودة فى السوق الآن ، التى تصدر وقت اعداد الدراسة ، اى دراسة أرقام التوزيع .

— معلومات عن حجم الانتاج الحالى والمستقبلى (عدد المجلات الموجودة والمشروعات المعلن عنها لانشاء مجلات فى المستقبل) .

— معلومات عن الاسعار المحلية والعالمية (اسعار المجلات المصرية مثلا والعربية والاجنبية داخل البلد الذى ستصدر فيه المجلة وخارجه) .

— التنبؤ بالطلب فى المستقبل (تقدير الرقم المحتمل للتوزيع) .

— تحديد حجم انتاج المشروع المزمع انشاؤه (رقم المطبوع من النسخ فى أول عدد) .

ـ تحديد الخطوات اللازمة لكيفية الدخول فى السوق الحالى مع توضيح سياسات التوزيع والاسعار المتوقعة ونظم البيع .

(٣) جمع معلومات عن النواحى الفنية :

ـ الطاقة العادية للمصنع (وهو فى المجلة : الأقسام الفنية : الجمع ـ التوضيب ـ ورش الحفر ـ صالات المونتاج ـ الرتوش ـ التصوير ـ المطابع ـ التجلية) والطاقة العظمى ، والتخطيط الداخلى لهذه الاقسام الفنية .

ـ طريقة الطبع وخطواته ، والماكينات والمعدات اللازمة .

ـ العمالة المطلوب اعدادها ومستوياتها بما فيها الادارة (المحررون ـ المندوبون ـ رجال الاعلان ـ التوزيع ـ عمال المطابع ـ الجمع ـ الحفر ـ الرتوش ...... الخ) .

(٤) متطلبات العملية الانتاجية :

ـ المواد الاولية ، والطاقة المحركة (مياه ـ بخار ـ كهرباء) .

ـ قطع الغيار ومصادرها .

ـ أسلوب الانتاج وخصائصه المختلفة .

ـ المنتجات الجانبيـة واستخدامها (الورق الدشت ... كيف يتم التصرف فيه على سبيل المثال ؟) .

(٥) الانشاء :

ـ وضع العمليات الرئيسية اللازمة فى جداول زمنية .

ـ وضع خطة تعيين العمال والموظفين وتدريبهم .

ـ المعرفة الفنية المطلوبة وكيفية الحصول عليها .

(٦) الموقـع :

ـ تحديد الموقع المناسب لانشاء المجلة مع ذكر الخصائص التى توفرت فى الموقع الذى تم اختياره .

(٧) معلومات مالية واقتصادية :

ا ــ قيمة المبيعات السنوية المتوقعة (التوزيع) الخارجى .

ب ــ مصروفات التشغيل : وتشمل المداو الاولية ، والعماله ، وفوائد الايجار والضرائب .

جـ ــ الربح قبل الضرائب : ويشمل الاحوال الثابتة وراس المال العامل ومصروفات أخرى .

ء ــ الهيكل المالى المقترح : ويشمل حقوق الملكية ، وتسهيلات الموردين والقروض والتدفق النقدى .

و ــ تحديد الربحية Profitability التجارية : وتتضمن دراسة نقطة التعادل والعائد على رأس المال الكلى ، العائد على حقوق الملكية ، صافى القيمة الحالية للعائد ، معدل الفاقد الداخلى ، وفترة الاسترداد .

هـ ــ الربحية الاقتصادية : وتشمل تحليل التكلفة والعائد للمشروع وتحليل القيمة المضافة المباشرة ، وتاثير المشروع على هيكل الاجور وكذلك تحليلا لتكلفة والعائد الاجتماعى للمشروع .

(٨) اعادة تقويم التكاليف فى ضوء الاسعار الحقيقية :

وهكذا يتم تقويم فكرة مشروع اصدار المجلة، ودراسة الجدول الاقتصادية والفنية والتسويقية والمالية ، ومن ثم تعريف العمليات وتحديد مستلزمات الاعمال inputs (أو المدخلات) ومصادرها البديلة sources ونتائجها outputs (أو المخرجات) واستخداماتها uses . ثم مقارنة المصادر و الاستخدامات والمدخلات والمستلزمات بالنتائج ، بما يحقق قدرا من الرقابة على الضياع والاسراف وتحسين الكفاءة للتشغيل ، واخيرا قياس التفاعلات بين المشروع والظروف المحيطه به واعتباره خلية اقتصادية اجتماعية من خلايا المجتمع(٤) .

البعد الثانى : فى عملية التخطيط لاصدار مجلة
اتخاذ القرارات الاساسية التى تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع

اولا : قرارات على المستوى التحـــريرى

وهى قرارات يتخذها المخطط لانشاء المجلة ، وتتحكم ـــ بعد ذلك ـــ فى اسلوب تصوير المجلة ، وتعد بمثابة الدستور الدائم او المرشد الذى يوجه عمل محرريها بدءا من رئيس التحرير حتى احدث مندوب او محرر يدخـــل المجلة وتتعلق بجانبين : اختيار صيغة المجلة Magazine formula
وضع السياسة التحررية الاساسية Basic editoial policy

(١) اختيار صيغة المجلة

اى تخطيط لاصدار مجلة ، ينبغى أن يكون فى اطار « صيغه » محددة، ويمكن تعريف الصيغة formula بانها : ذلك التصور المنظم للمجلة الذى يوضع بواسطة المسئولين عنها ، ويترجـــم الى مادة مكتوبة ومصـــورة ، ورسوم وافكار اعلانية ، وكـــل ناشرى المجـــلات يسيرون شعـــوريا او لاشعوريا على صيغة (٥) .

وكلما كانت المجلة ناجحة ومنظمة ومعدة بشكل جيد دل ذلك على انها موظفة على اساس صيغة محددة ، وهذا التصوير يكون جزءا من عمليـــة تجارية علمية ، وقد يكون هذا التصور ناضجا او غير ناضج ، تقدميـــا او متخلفا ، ولكنه يعتمد على الهدف المختار او فاعليته فى تحقيق هذا الهدف ، وتأسيسا على ما تقدم نجد انه على المجلة ادارة وتحريرا قبل ان تبـــدأ فى شراء الموضوعات التحريريه من (المصاحفين) الـــكتاب الخـــارجيين ، او تكليف محرريها بمهام ، او التخطيط العام للمظهر التيبوغرافى أنتحدد الصيغة التى سوف تسير عليها . وكلما كانت الصيغة اكثر اصالة ولكن بشعبيـــة كانت المجلة انجح من الناحية التسويقية (التوزيع) ، ولكن الصيغة الاصلية قد لا تكون شعبية ، ولهذا قد لا تنجح بسبب عدم استعداد الطابع لترجمة هذه الصيغة بشكل جيد الى مطبوع لاسباب تتعلق بالآلات الطباعة او النفقات ويحدد عميد اساتذة فن المجلة فى الولايات المتحدة الامريكية رونالدى ولسلى عدة صيغ للمجلة ـــ ثبت نجاحها واصبحت قاعدة تسير عليها معظم المجلات فى الولايات المتحدة وهى صيغة الـــ Reader's digest وصيغه الـــ Time وصيغة الـــ T.V. guide وصيغة life (٦) وقد ثبت نجاح هذه الصيغ واصبحت قاعدة تسير عليها معظـــم المجـــلات ليس فى الولايات المتحـــدة وحدها ، بل فى العالم كله .

أ ـــ صيغة الـــ Reader's Digest

وتعود الى مجلة الـــ Reader's Digest الامريكية التى صدرت فى فبراير عام ١٩١٢ على يد دى . ويت . والاس وزوجته ليلا أ سيشون .

وكانت فكرة اصدارها تقوم على اساس « ان الناس يريدون أن يعلمـــوا بشكل جيد وان يحصلوا على المعلومات ، ولكن ليس لكل قارىء الوقت او النقود التى تمكنه من الجرى وراء المادة ذات الاهتمام الدائم فى بطون مئات المجلات التى تصدر شهريا .

وكانت خطة دى . ويت . والاس وليلا ا سيشون تتركز فى البحث عن المقالات ذات القيمة وتركيزها ــ بعد هضمها ــ للقـــراءة الجيـــدة ، وجمعها فى مطبوع يمكن حمله فى اليد والاحتفاظ به ووضعـــه فى الجيب ، وبعد تجارب وتجارب كبيرة صدر العـــدد الاول فى ٥ آلاف نسخـــة ، فى حجم الجيب. .

كانت المجلة فى البداية موجهة الى المراة ، بعد ذلك اضافا الرجال الى جمهورها ، ثم تطورت بعد ذلك حتى وصلت الى الصيغة التى جعلت الـــ واحدة من أنجح المجلات فى التاريخ ، وحددت المجلة معايير ثلاثة لاختيار موضوعاتها :

الاول : القابلية للتطبيق Applicability وهى أن يشعر القارىء أن الموضوع يعنيه ويمكن أن يفيده فى حياته العملية .

والثانى : الاهتمام الدائم Lasting interest وتعنى أن المقال المنشور ينبغى أن يستحق القراءة لعام قادم .

والثالث البنائية Constructivism التى قادت المجلة الى أن تقوم جانبا بالمقالات التى تعكس الهزيمـــة ، وتعنى فقط بالمقالات التى تمتلىء بالتفاؤل والنجاح والاعمال الدائبة (٧) .

ونجحت المجلة نجاحا مذهلا محليا وعالميا ، استمر حتى اليوم ، وفى عام ١٩٥٨ كانت تصدر ٣٠ طبعة فى ١٣ لغة ، للتوزيع فى أكثر من ١٠٠ دولة ، طبعات انجليزية مختلفة لكل من الولايات المتحدة ، بريطانيا العظمى وكندا واستراليا ونيوزيلندا ، ودول اخرى فى الكومنولث البريطانى ، وكان لها أيضا طبعات مختلفة باللغة الفرنسية : لفرنسا وبلجيـــكا وسويسرا وكندا .

والطبعات الباقية باللغات : الاسبانيـــة والبرتغاليـــة والسويدية والفنلندية والهولندية والدنماركية والنرويجية والعربية والالمانيـــة التى كانت توزع طبعاتها فى ٥٨ عاصمة ، والايطالية فى ٨٦ عاصمة ، والاسبانية فى ٧١ عاصمة ، وكان توزيعها الكلى عام ١٩٥٨ (حاملا توزيع ما وراء البحار) يبلغ ٨ر٨ مليون نسخة شهريا .

وكل طبعة من الطبعات الخارجية نجـد فى عنوانهـا : الـكلمات « مختارات » من الـ Reader's Digest او ما يعادلها ، ول مقال يظهر فى هذه الطبعات ، يكون قد ظهر أولا فى طبعـة أخيرة أو ماضية من الـ Reader's Digest الام التى تصدر فى الولايات المتحدة الامريكيـة ، ولكن ليس كل مقال يطبع فى المجلة الام يعاد نشره فى الطبعات الخارجية وقد اصبحت هذه المرونة فى المحتويات واحدة من المزايا التى تتسم بهـا هذه المجلة وسرا من أسرار استمرار اتصالها الدائم بقرائها أو جمهورها العالمى .

وفى عام ١٩٦٨ ظهرت المجلة بـ ١٣ لغة ، وفى ٣٠ طبعة اساسية مختلفة ، و ٥١ طبعة محلية توزع اكثر من ٢٨ مليون نسخة شهريا من بينها ١٧ مليون نسخة فى الولايا تالمتحة الامريكية (٨)

والجدول التالى يوضح توزيع مجلة الـ Reader's Digest

٢٨ر١٢٢ر٠٠٠ مليون نسخة فى ١٣ لغة أو عنوان مختلف :

اللغة	عنوان الطبعة	عدد الطبعات	رقم التوزيع
الفرنسية	Reader's Digest	٨	٢٠ر٩٧٧ر٠٠٠
الاسبانية	Selection du Reader's Digest	٤	١ر٤٠٥ر٠٠٠
	Selectione del Reader's Digest	٦	١ر٣٩٥ر٠٠٠
	Selecoes do Reader's Digest	١	١ر٣٩٥ر٠٠٠
	Das Beste aus Reader's Digest	٦	٣٨٠ر٠٠٠
	Het Best uit	٢	٣٥٠ر٠٠٠
	Selezione dal Reader's Digest	١	٦٧٥ر٠٠٠
الانجليزية			
الايطالية	Valitat palat koonnut	١	١٦٥ر٠٠٠
الفلندية	Reader's Digest	١	١٧٥ر٠٠٠
الدانماركية	Det Bedste fra Reader's Digest	١	٢٠٠ر٠٠٠
النرويجية	Det Beste fra Reader's Digest	١	٢٥٥ر٠٠٠
السويدية	Det Basta ur Reader' Digest	١	١٥٠ر٠٠٠
اليابانية	Reader's Digest	١	
الصينية	Reader's Digest		
١٣ مليون طبعة بـ ١٣ لغة*		٣٠	٢٨ر١٢٢ر٠٠٠

* مجموع لغات الفلمنج : هى اللغات التى يتحـدث سكان الدول الاسكندنافية .

ويعد نجاح هذه المجلة ظهر كثير من المقلدين لها ، فى الشكل العام وهو حجم الجيب Pocket size ، فى اسلوب التحرير والاختيار المضغوط لما ينشر فى المجلات ، ولكن التقليد انصب على الشكل فقط واسلوب التحرير ، مع الاختلاف فى المضمون الذى مال الى التخصص : مثل الـ Science Digest ، والـ Catholic Digest وبعد الحرب العالمية الثانية ، Children's Digest, Book Digest, Omnilook, editorial كذلك صدر فى الاتحاد السوفيتى مجلة Sputnik وعشرات غيرها، بعضها توقف ، وما زال بعضها الاخر مستمر فى الصدور (٩) .

٢ ـ صيغة الـ Time

ادرك كل من هنرى لوس وبريتون هادن ان الامريكيين لا يريدون طرائف ومقالات فقط ، لكن يريدون ايضا اخبارا مركزة ، فى مطبوعات عديدة ، تقرأ فى قراءات مفصلة ، تحتوى على عرض عام لما حدث . وفى ٣٠ ديسمبر عام ١٩٢٢ صدر العدد الاول من مجلة ، كمحاولة لترجمة تصورهم هذا ، وتميز اسلوب تحرير المجلة بصياغة الاخبار بطريقة تجعل الاخبار الراكدة تبدو طازجة ، واضافا بعد ذلك تغليبة أصيلة لكل حدث جديد(١٠) .

ونجحت المجلة ونجحت الصيغة التى قامت عليها ، واصبحت قاعدة فى عالم المجلات ، وظهر المقلدون لها ، فتوماس جون كاردل مارتين محرر الشئون الخارجية الاول لمجلة Time استقال منها ، واسس على النمط نفسه مجلة News Week عام ١٩٣٧ وكان لها حجم الـ Time نفسه وقسمت الاخبار الى أقسام مشابهة،وكانت تغطيتها اكثر موضوعية، ونشرت أعمدة عديدة موقعة ، كما صدرت بعض المجلات الاخبارية News Magazines الاخرى المشابهة مثل مجلة U.S. News and World Report, Business Week
وحاولت هذه المجلات أن تجدد فى هذه الصيغة ـ صيغة المجلة الاخبارية ـ التى حددتها الـ Time لنفسها ، لتعطى لها شخصية مميزة ، عن طريق تغطية أنواع معينة من الاحداث ، وعدم ابراز تقسيم المجلة الى أبواب أو أجزاء Departmentalization ، ونشر الموضوعات الطويلة العميقة ، وتجنب كل من News Week و U.S. News and World Report أن تحرر الاخبار بطريقة مشابهة لتحرير مجلة الـ Time (١١) .

٣ ـ صيغة الـ T.V. Guide :

فى عام ١٩٤٨ أسس لى وينجز مجلة الـ T.V. Guide مستهدفا بها جمهور مدينة نيويورك ، ولكنها وزعت بعد ذلك على الصعيد القومى ، وبعد أقل من عامين من انتقال ملكيتها الى والتر ـ عام ١٩٥٣ ـ اصبح لها ٢٧ طبعة مختلفة وبتوزيع تعدى المليونى نسخة .

وفى عام ١٩٦٢ اعلنت انها المجلة الاسبوعية الاولى التى تحقق توزيعها يبلغ ٨ مليون نسخة وزادت طبعاتها الاقليمية الى ٧٠ طبعة(١٢).

وقد استفاد محرروا الـ T.V. Guide من الانتشار السريع للتليفزيون فى المنزل الامريكى ، ووصل توزيعها عام ١٩٦٧ الى ١٣ مليون نسخة ، على الرغم من ان محتواها الاساسى كان برامج التليفزيون الا ان رؤساء تحريرها وجدوا أنه ينبغى اعطاء القراء محتوى آخر غير البرامج بضم الفكاهة والمقالات والتحقيقات والصور والرسائل والافتتاحيات واخبار النجوم ، والمواد الشارحة واكثر من ذلك كان عليهم ان يجعلوا المحتوى الاساسى للمجلة متنوعا وينشروا نسخا كثيرة منها بقدر ما يستطيعون (١٣) .

ونجحت هذه الصيغة بشكل كبير ، حتى بعد أن نشرت معظم الجرائد ابوابا مشابهة للاذاعة والتليفزيون فى اعدادها اليومية أو ملاحقها الاسبوعية . فعلى الاقل هناك حوالى ١٢ مجلة تقوم على الصيغة نفسها لمجلة الـ T.V. Guide فى نشرها لقوائم برامج التليفزيون ، ومقالات عن الشخصيات التليفزيونية ، التى انطلقت فى نهاية الأربعينيات وبداية الخمسينات أذكر منها :
T.V. Show Parade, T.V. fore cast و T.V. Index و T.V. Prevue
و T.V. fan و T.V. People وغيرها (١٤) .

٤ ــ صيغة الـ Life :

وادرك هنرى لوس ، احد مؤسسى مجلة Time ، انه بالاضافة الى ما سبق أن الامريكيين يحبون صفحات الصور فى الجرائد ، والى جانب القصص الاخبارية والاستطلاعات المصورة ، لذلك قرر أن ينشىء مجلة تقدم شرحا أو تلخيصا مصورا للاخبار A Picture digest of the news وبعد عدة تجارب ودراسات اختار للمجلة اسما هو Life دفع قيمه ٥٠ الف دولار ، لورثة مجلة فكاهية راحلة كان لها هذا الاسم نفسه . كذلك اختار الحجم الاكبر ليكون اكثر تأثيرا فى عرض الصور ، واصدر هنرى لوس مجلة Life عام ١٩٣٦ ، وتركزت الاشكال الصحفية فيها فى ثلاثة : الموضوعات المصورة feature pictures والمقالات المردية illustrated long range material
الطويلة narrative Pictures ثم اصدار لوس بعد ذلك مجلة Sports Illustrated عام ١٩٠٤ بنفس الصيغة ، ولكن بتخصص أدق .

وكتنويع لصيغة Life صدرت مجلة Look عام ١٩٣٧ ، فقد خططت المجلتان للصدور معا ، وكان هنرى لوس أحد ــ المستثمرين فى مجلة Look التى اعتقد ناشرها جارديزكوك أنهما غير متنافستين ، على

الرغم من أن كليهما كان يؤمن بأهمية الصورة ، ولكن المجلتين اختلفا فى أسلوب الصورة ومغزاها وتوظيفها .

فصاحب مجلة Life ، هنرى لوس ، فضل الصور التى تنتقل اخبارا أو معلومات بينما فضل صاحب Look الصور الجمالية الجيدة من حيث المظهر والالوان .

وطبعت Life ، التى صدرت اسبوعيا ، على ورق رخيص بطريقة الطباعة الغائرة وأبرزت الاخبار والمجالات المتنوعة : كالفنون والثقافة والعلوم وخاصة الافكار الموسمية .

أما Look فقد صدرت فى البداية شهرية ، وبعد أربعة أعداد أصبحت أسبوعية ، وطبعت بطريقة ، نفسها وحرصت على نشر
٤ — دراسة درجة التغطية الجغرافية التى تحققها المجلة أو المجلات
الصور المثيرة والمشرقة وصور الشخصيات والبيئة بما فيها من حيوانات وأماكن وبلاد عديدة ، وكذلك الازياء واستعملت الصور فى أبواب الالغاز والمسابقات . وعلى غرارها صدرت مجلة Ebony بعد ذلك (١٥) .

كانت هذه هى صيغ المجلة التى استقرت وعاشت ، والى جانبها نجد صيغا اخرى لم تعش كما فى حالة مجلة The Etude ، التى استمرت لما يقرب من ٧٥ سنة كانت فيها مجلة ناجحة لمدرسى الموسيقى وطلابها ، بمثابة دروس خاصة ، وافادت دارس الموسيقى فى المدارس والمعاهد والاكاديميات ولكن محتوياتها لم تتكيف بشكل كاف مع ظروف البيئة الجديدة ، كما نجد صيغا اخرى لم تعش بسبب التقليد الحر فى الصيغ قديمة راسخة لان السوق لا يحتمل مجلتين متشابهتين بالشكل نفسه مثل مجلة U.S.A. One المخصصة لتفسير الاخبار التى تشابهت مع مجلة Ployboy ، ومجلة Better Living التى سعت للتنافس مع مجلة Family Cricle ، وكذلك مجلة Every woman التى سعت للتنافس مع مجلة Woman's Day ، لذلك فشلت Every woman واندمجت Better Living بعد فترة مع Family cicle

وفى نهاية الخمسينات وبداية الستينات ظهر أن الفشل فى تكييف بعض صيغ — المجلة — مع الزمن قد تسبب فى وضع نهاية لثلاث من اشهر واعظم المجلات التى أصدرتها دار النشر الامريكية
The Sundey Post و America Home و CCurtis Publishing Company
Ladies Home Journal

ونهاية هذه المجلات الثلاث لم تكن بسبب « اقتناص » التليفزيون لاعلاناتها ومن ثم فقدانها موردا اساسيا لها ، لكن الذى عجل بالنهاية هو

المنافسة مع الصيغ الاصلية التى ـــ قلدتها مثل
Better Homes annd Gardens, M.C., Calls
مع عصر التليفزيون .

واضطرت دار Curtis Publishing Company الى أن تغير فى صيغ مجلاتها فى تحريرها وأسلوب اخراجها وحتى فى الاعلانات المنشورة بها ، مما جعل القراء يضجون بالشكوى والانتقاد ، فأدخلت تغييرات أخرى فى المظهر والمحتوى مرة ثانية ، وأصبحت أكثر محافظـة ، وبدأت محاولات كثيرة للانقاذ مثل : تخفيض عدد العاملين وتخفيض عدد النسخ المطبوعة ، حتى كانت نهاية المجلات الثلاث فى يناير عام ١٩٦٩ (١٦) .

كانت هذه هى صيغ المجلة الاربع التى وضعها رونالد . ى .ولسلى ـــ بالنسبة للمجلة العامة وعاشت وازدهرت كصيغ أصلية مع بعض النماذج للصيغ الاخرى التى لم تعش بسبب عدم أصالتهـا أو ميلهـا للنقل الحرفى .

نحو « صيغ » عربية للمجلة ؟

خلال ما يزيد على قرن ونصف مرت على الصحـافة المصرية ـــ والعربية ـــ ، منذ صدور العدد الاول من الوقائع المصرية عام ١٨٢٨ حتى الآن ، هل اتضحت « صيغ » محددة ناجحة ومميزة واصيلة ، ثبت نجاحها بحيث يمكن الاعتماد عليها لاصدار اى مجلة ـــ بشكل عام ـــ ومجلة عامة ـــ لانها موضوع الدراسة هنا ـــ على وجه خاص ؟

استطيع أن أقول انه خلال عمر الصحافة العربية ، اذا تتبعنا تاريخ المجلة تحريراً واخراجا ومضمونا ، يمكن ان نضع أيدينا على أربع صيغ رئيسية ، تستطيع أن تقف فى مقابل الصيغ الاربع الرئيسيسية التى توصل اليها خبير المجلات وأستاذ الصحافة الامريكى رونالد . ى . ولسلى .

والصيغ «العربية» الاربع للمجلة ـــ من وجهة نظرى ـــ التى يمكن ان يسير عليها اى مخطط لاصدار مجلة عامة فى العالم العربى هى :

١ ـــ صيغة : « الحوادث » :

وهى مجلة لبنانية من القطع الكبير اسسها لطف الله خلف عـام ١٩١١ ، ولكنها برزت فى الستينات والسبعينات كمجلة سياسية عندما تولى رئاسة تحريرها سليم اللوزى ، تتميز صيغتها الصحفية بالجمع بين الحصول على السبق الاخبارى والتغطية الاخبارية المتعمقة التى تعتمد على شبكة كبيرة من المراسلين فى العالم العربى والخـارجى الى جانب

المقال السياسى التحليلى العميق ، بالاضافة الى الابواب الثابتة المتخصصة المنوعة فى مضمونها .

أى أنها مجلة اخبارية سياسية ، وعلى هذه الصيغة نفسها نجد كثيرا من المجلات الجديدة ، أو نجد بعض المجلات القديمة تجدد من صيغها لتناسب هذه الصيغة او تتخذها مثل : « اليقظة » الكويتية و « المجاهد » الجزائرية و « بيروت المساء » و « الاسبوع العربى » و « الديار » اللبنانية واخيرا « اكتوبر » المصرية .

٢ ــ صيغة « روز اليوسف » :

ترجع الى مجلة « روزاليوسف » التى انشأتها السيدة : فاطمة اليوسف الشهيرة بروزاليوسف عام ١٩٣٥ ، معتمدة على المقال السياسى النقدى الساخر والحملات الصحفية اللاذعة ، التى توظف كل فنون التحرير الصحفى من أجل هد فمحدد ، وتصاحب هذه الموضوعات الرسوم النقدية والساخرة كبديل عن الصور الفوتوغرافية ، وعلى نهجها سارت مجلات عربية كثيرة أبرزها « الصياد » التى أسسها سعيد فريحة عام ١٩٤١ .

٣ ــ صيغة « المصور » :

وتعود الى مجلة المصور التى أسسها عام ١٩٢٤ الاخوان أميل وشكرى زيدان ــ ابنا مؤسسى دار الهلال جورجى زيدان ــ ، كمجلة سياسية اجتماعية مصورة ، تعتمد على التحقيقات المصورة ، التى تعتبر الصورة فيها هى الاساس ويأتى المتن بعد ذلك عاملا مساعدا .

واشتهرت المصور بصورها الفوتوغرافية ، النقدية السياسية خلال الثلاثينات والاربعينات ، وعلى غرارها أو بصفتها نفسها سارت مجلة آخر ساعة عام ١٩٤٤ ، بعد انتقال ملكيتها الى مصطفى أمين وعلى أمين، من مؤسسها محمد التابعى ، الذى أصدرها عام ١٩٣٤ متخذة صيغة روزاليوسف ــ الذى بدأ كاتبا بها ــ ولكن مصطفى أمين وعلى أمين ، جعلاها مجلة اجتماعية سياسية مصورة على غرار الامريكيتين ، والمصور المصرية .

٤ ــ صيغة « الهلال » :

الهلال أقدم مجلة مصرية تصدر حتى الآن ، أسسها جورجى زيدان عام ١٨٩٢ بعد تأسيسه دار الهلال فى العام نفسه ، وعمرت بالمقالات التى تتناول نواحى اجتماعية وأخلاقية وفلسفية وعلمية وتصف أشهر

الحوادث عدا الابواب ، التى تروى فيها أخبار العلم والصناعة وتاريخ الشرق ، وتدبير المنزل ، والتقريظ والانتقاد والمطبوعات الحديثة ، وكان من أهم أبوابها عظماء الرجال منوعة فيه بين المفكرين والادباء والفنانين والساسة شرقيين وغربيين ، وغالبا ما كانت تردف المترجم بمقال فى موضوع شهرته ، فاميل زولا يتبعه مقال عن تاريخ الروايات واصلها ، وعبده الحامولى يتبعه مقال عن الموسيقى العربية (١٧) .

اى انها كانت مجلة ثقافية — بالمفهوم الشامل للثقافة — خزانة للمعارف والفنون والآداب ، المكتوبة والمبسطة بشكل ادبى فى البداية يلائم اسلوب الصحافة وقت صدورها ، ثم تطور هذا الاسلوب بتطور الصحافة .

وبالصيغة نفسها — وبتعديلات طفيفة — صدرت عشرات المجلات الثقافية ، « كالثقافة » لاحمد أمين ، و « الرسالة » لاحمد الزيات ، و « العربى » الكويتية التى رأس تحريرها الدكتور أحمد زكى الملقب بشيخ العروبة ، و « الدوحة » القطرية ، و « الثقافة » المصريةلعبدالعزيز الدسوقى ، و « الفيصل » السعودية ، و « الفكر » التونسية .. وغيرها

كيف نحدد او نختار صيغة المجلة ؟

بعد الاطلاع على الصيغ المختلفة للمجلة عالميا وعربيا ومحليا ، يمكن للشخص او الهيئة أو المجموعة التى تقوم بالتخطيط لاصدار مجلة جديدة أن يهتدى او يحدد او يختار صيغة مناسبة لها ، من خلال دراسة عدد من المتغيرات الاساسية المختلفة فى أبعادها والمرتبطة جميعها بعملية اصدار المجلة وهى :

اولا : غرض المجلة من الصدور : او لماذا يجب ان تصدر ؟ هل بغرض تحقيق ربح مادى لناشرها ، عن طريق جلب اعلانات جيدة ورقم توزيع مرتفع ، أم خدمة قرائها وتقديم مضمون صحفى جيد ، سواء كان محايدا ، أم لخدمة جهة سياسية معينة ، أو حزب سياسى ، أو منظمة معينة ، وغيرها من الاسباب والدوافع ، وغالبا ما تكون الدوافع ممتزجة ، ولكنها فى النهاية — بعد تحديدها — تلعب دورا هاما فى تحديد صيغة المجلة .

ثانيا : سوق المجلة : او المجال الاقتصادى الذى تصدر فيه المجلة ، فمجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الحر (الرأسمالى) ، تختلف فى أسلوب التخطيط لها والاصدار عن مجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الموجه ، وكذلك الى جانب النظام الاقتصادى نجد المستوى للمجتمع الذى تصدر فيه المجلة يؤثر ، وهنا يمكن الاستفادة من بحوث التسويق Market Research

ثالثا : الصيغ الموجودة والمتميزة على المخطط لاصدار المجلة ان يقوم بدراسة مقارنة على المجلات القائمة من حيث الصيغ الصحفية Formulas التى تتبعها وهل نجحت؟ والى اىدرجة ، من الناحية الفنية والجماهيرية،

يمكن معرفة ذلك عن طريق دراسة ارقام توزيع هذه المجلات ويتم الحصول عليها من مكاتب التحقق من الانتشار A.B.C ، ومن ادلة التوزيع والاعلان التى تصدرها المجلات او مراكز بحوث ودراسات السوق، وكذلك دراسات واستطلاعات القراء .

رابعا : الافق الاقتصادى التمويلى : الوضع الاقتصادى للمجلة الآن وفى المستقبل ، فميزانية المجلة ومواردها الحالية والمستقبلية تؤثر نظرتها الصحفية وتخطيطها وصيغتها الاساسية (١٩) .

خامسا : المجلات المنافسة : على المخطط لاصدار المجلة ، أن يتعرف على المجلات المنافسة ، ويقوم بدراسة كاملة لها من حيث الفن الصحفى بكل جوانبه من تحرير بأبعاده الاربعة المحرر والمضمون والشكل الصحفى والعادى ، والاخراج والطباعة ، والاعلان والتوزيع ، والادارة (٢٠)

ويمكن للمخطط لاصدار المجلة الاستفادة بدراسات « مع وسائل الاعلام » وهى نوع الدراسات التى تستهدف التعرف على شخصية وسائل الاعلام من الجوانب المختلفة ويمكن أن تغطى الجوانب التالية التى توفر للمخطط معلومات مفصلة عن :

١ ــ أرقام التوزيع الخاصة بكل مجلة ، وتطورها ، وتقسيماتها المختلفة من ناحية التوزيع الجغرافى والاقليمى .

٢ ــ متوسط عدد قراء النسخة الواحدة من كل مجلة ، ودراسة هذه المتوسطات تاريخيا ، ومن الناحية الجغرافية والاقليمية .

٣ ــ دراسة معدلات التداخل والازدواج بين الوسائل الاعلامية التى تصل الى قارىء المجلة بعضها البعض .

دراسة درجة التغطية الجغرافية التى تحققها المجلة موضع الدراسة فى الداخل والخارج .

٥ ــ دراسة الجوانب الفنية والانتاجية والتكنولوجية فى المجلة او المجلات موضع الدراسة ، ومدى الاستفادة من هذه الجوانب فى تحرير واخراج المواد الصحفية المختلفة وطباعتها فى المجلة .

٦ ــ دراسة الجو النفسى الذى تهيئه المجلة او المجلات موضع الدراسة، مما يؤدى الى تقبل الافكار والمعلومات والاتجاهات التى تتضمنها المادة الاعلامية المنشورة .

٧ ــ دراسة مدى التــأثير العقلى والوجدانى الذى تحــدثه المجلة أو المجلات موضع الدراسة لدى جمهور القراء ، والناشىء عن تكوين صورة ذهنية معينة لدى الجمهور عن هذه الوسيلة .

وتفيد متل هذه الدراسات المسحية المخطط لاصدار المجلة فى التعرف على شخصية المجلة أو المجلات موضع الدراسة ، ودراستها من جوانب متعددة ، كما تفيد المعلنين فى اختيار أفضل الوسائل المكنة لنشر اعلاناتهم بها (٢١) .

سادسا :الجمهور المرتقب : على المخطط لاصدار المجلة اذا أراد ان يحقق غرضه الاساسى وهو أصدار مجلة تتفق مع اهتمامات جمهوره ، وتؤثر فيهم بالشكل الذى خطط له ، ان يحدد أولا وقبل كل شىء جمهوره ، ويتفهم احتياجاته ومصالحه وتطلعاته ، ثم يحــاول ربط رسالتــه الاتصاليةأو انتاجه الاعلامىوهو هنا المجلةباحتياجات جمهورهوخصائصه، ذلك انه ما لم يفكر المخطط لاصدار المجلة وكذلك كل العاملين فى المجلة فى كل جوانب الفن الصحفى بها بعقلية الشخص أو الاشخاص الذين يحاول التأثير فيهم فرسالته لن تغلغل فيهم ، ويصب نتاجه خارج الاطار المطلوب بعيدا عن تفكير جمهوره ومفاهيمه وعاداته الاتصــالية ومخــالفا لآماله ومخاوفه (٢٢) .

ويتسم جمهور المجلة بشكل عام ، بأنه محدد ومتخصص فى جماعات معينة فكرية ، أو عرقية ، أو عمرية ، حسب تخصص المجلات ، بعكس جمهور الجرائد العام ، ويترتب على ذلك نوع من التجانس بين أفراده مما يسهل مهمة المحرر فى تحديد هدفه ، أى أنه جمهور منتقى ويقــرأ المجلة على مهل at lairusc لفترة قد تمتد أسبوعا فى حالة المجلة الاسبوعية ــ مثلا ــ لذلك نجده يهتم بأسلوب الكاتب وروحه ومذاق كلماته الى جانب فكرة موضوعة ، أى أنه يهتم بالشكل الى جانب الموضوع أو المضمون ، ويرى البعض أن جمهور المجلة ، يكون أكثر تخصصا من جمهور الجريدة فى مجال معين ، وأكثر ثقافة ، ويرى هؤلاء أن ثقافة جمهور الجرائد اليومية أفقية ، فى حين أن ثقافة جمهور المجلة راسية متعمقة .

وعلى المخطط لاصدار المجلة أن يتعرف على جمهور قرائه المرتقبين من حيث : المستوى الاقتصادى أو الوضع الاقتصادى للقراء كمشتريين للمجلة ، وللمنتجات المعلن عنها فيها ، أو للمساحة المباعة للاستغــلال الاعلانى ، وكذلك المستو ىالتعليمى لهؤلاء القراء ، ومواقفهم ، ومنــاخ الرأى داخل هذا الجمهور : أو مزاجه بشكل عام لاى فــكرة جديدة من الممكن أن يستجيب ، ومدى قبوله للجديد من عدمه .

وفى هذا الصدد يمكن الاستفادة ، من بحوث القراء Reader's Researcn أو بحوث جمهور وسائل الاتصال Audience Research التى يمكن تعريفها بأنها : « دراسة الاشخاص الذين يشترون ويقرأون المجلات ، أو الذين تتوجه اليهم المجلات ، وتهتم هذه البحوث بانتقاء القراء لمجلات معينة ، وردود فعلهم تجاه محتوى هذه المجلات ، ووقت ومكان شراء هذه المجلات ، وسمات هؤلاء القراء من حيث السن والجنس ودرجة التعليم ، والمستوى الوظيفى ، وسمات أخرى .

وهناك اكثر من تقنية Technique لاجراء هذه البحوث منها على سبيل المثال :

١ ـ الاستقصاءات المرسلة بالبريد الى المشتركين
Mailed Questionaires to Subscribers

٢ ـ عمل دراسات مسحية لممارسات القراء
Making Reader traffic surveys

والتى يسميها البعض دراسات « مسح جمهور وسائل الاعلام »(*) (٢٣)

التى تهتم بدراسة انماط القراءة أو الاستماع أو المشاهدة وتفضيلات القراء أو المستمعين أو المشاهدين ، فبالنسبة للمجلة يمكن من خلالها التعرف على:

ـ معدل شراء المجلات بانتظام .
ـ تفضيل شراء جريدة أو مجلة معينة .

ـ درجة الاشتراك بين المجلات من حيث اقبال القراء على شراء اكثر من مجلة .

ـ الموضوعات التحريرية التى تعجب القراء فى المجلة .

ـ أسباب تفضيل موضوعات معينة .

ـ آراء القراء فى المادة الاعلامية التى تنشرها المجلة .

ـ الكتاب والمحررون المفضلون لدى القراء ودرجات واسباب التفضيل .

(*) الدكتور سمير محمد حسين .

ـ عدد قراء النسخة الواحدة من المجلة .

ـ عادات قراة المجلة .

ـ الوقت الذى يقضيه القراء فى قراءة المجلة .

ـ الاقتراحات التى يراها القراء كفيلة بتحسين وتطور المجلة(٢٤)

كما تهتم دراسات « مع جمهور وسائل الاعلام » بالتعــرف على خصائص وسمات جمهور الوسيلة الاعلامية ـ كالمجلة مثلا ـ يحكم أنه يشكل مجتمعا لا يتسم بالتجانس الكامل ، لذلك تقوم بدراسة هذا الجمهور من حيث التقسيمات التالية :

ـ التقسيم حسب فئات السن .

ـ التقسيم حسب درجة التعليم .

ـ التقسيم حسب المهنة .

ـ التقسيم حسب القطاعات الوظيفية المختلفة .

ـ التقسيم حسب المناطق الجغرافية المختلفة(٢٥) .

والهدف هنا هو التعرف على الخصائص الاساسية التى يتميز بها جمهور القراء حتى تتمكن الوسيلة (المجلة) من تقديم نوع المادة الاعلامية التى تتناسب مع نوعيات هذا الجمهور ، أو تحاول اجراء بعض التعديلات فى سياستها الاعلامية ، بهدف احداث تغيير فى خصائص جمهورها نتيجة تغيير السياسة التحريرية لديها .

ومن احدث تقنيات « الدراسات المسحية لممارسات القــراء » : استعمال مرايا ذات رؤية من اتجاه واحد one way Vision mirrors بواسطة بعض الباحثين لملاحظة كيفية قراءة المجلة واسلوب القارىء فى ذلك ، وبدون الاعلان من ذلك .

وكذلك عمل الدراسات المسحية عن جماعات ضابطة من القــراء Survey of Controlled groups of Readers [illegible] تجريبية تمتد على تعريض الجمهور لمواد تجريبية أو محتوى منشور ، ثم توجيه أسئلة اليهم من خلال استبيان مطبوع(٢٦) .

ويعد جورج جالوب Georg Gallup الامريكى أول من ابتكر أسلوبا علميا فى دراسة الجمهور بشكل عام ، وفى دراسة جمهور المجلة خاصة فقد ابتكر فى الثلاثينيات اسلوبا علميا لقياس قراءة الصحف والمجلات عرف باسم « أسلوب التعرف » Recognition Method وقبلة كانت المجلات تعتمد فى دراستها لقرائها على : الشكاوى التى يبعث بها الجمهور ، أو تطلب منهم ابداء رأيهم فى موضوعاتها ، تقارير التوزيع ، وتتابع القراء الذين يرفضون تجديد اشتراكاتهم ، وتعرف سبب ذلك ، واعتمدت كذلك على الملاحظة ، المقابلات ، المسابقات المختلفة ، كتابة خطاب عن المواد الجذابة وغير الجذابة فى المجلة ورصد جائزة لافضل خطاب .

أما أسلوب جالوب فقد اعتمد على وضع علامة على المجلة ، كل شيء قراءة الفرد يعلم عليه ، ولكن أخذ على هذا الاسلوب احتياج كل فرد الى نسخة ، وعدم دقة تنفيذ البحث ميدانيا .

وطور قسم الابحاث فى جامعة منيسوتا أساليب اكثر دقة وسهولة لتحديد اهتمامات القراء خلال الفترة من عام ١٩٤١ حتى عام ١٩٥٢ .

وجاءت مراكز التحقق من الانتشار (مراكز قياس التوزيع A.B.C Audit Bureau of circulation) لتوفر أول أرقام عن توزيع المجلات الامريككية ، فقد توافرت لهذا المركز وسائل للحصول على احصائيات جديرة بالثقة فى عدد النسخ التى تبيعها كل مجلة .

ولكن بعد فترة ظهر أن أرقام التوزيع لا تكفى لان المجلة الواحدة يقرؤها أكثر من فرد ، لذلك تم ابتكار أساليب لقياس عدد القراء بدلا من حساب عدد النسخ التى تباع فقط ، ثم تصنيف القراء فى مجموعات وفقا لقراء كل نسخة .

وتتطور بحوث الجمهور أو بحوث القراء بعد ذلك الى حد أن بعض الباحثين الامريكيين فى مجال «ابحاث المجلات» قد استخدم المواد الكيميائية لقياس الزمن الذى بقيت فيه المجلة مفتوحة على صفحة معينة ، وتعرضت بهذا للضوء أكثر (٢٧) .

ومن امثلة الدراسات التى اجريت على قراء المجلات فى امريكا :

— دراسة أعدتها مجلة News week بعنوان : « جمهور خمس مجلات » « the Audience of five magazines »
غطت جمهور مجلات : Time , Saturday Evening Post , Life : U.S. News annd World Report و News week

وتركزت نتائجه حول : عدد القراء ، الانفاق الاعــلانى بالدولار ، اهمية الموقع فى شراء الاعلان والانتباه له ، دخول القراء ، السلع التى يفضلونها وغير ذلك من سمات الاقتصادية والنفسية .

ــ دراسة اجرتها شركة لمعرفة اى المجلات يقراها طلبة الكليات فى امريكا بانتظام ، قامت هذه الدراسة بمسح للطلبة فى ١٦٨ كلية، ضمت العينة ١٨٤٤ طالبا وطالبة ، استجاب منهم للدراسة ١٢٥٠ فقط بنسبة ٦٩٪ .

ــ كما نشرت مجلة Reader's Digest دراسة تضمها مع مجلات :
Life و Post و Look و Woman's Day
Sunset و Mc. call's , Ladies Home Journal
واستخدم فى هذه الدراسة حوالى ٦٠ الف استطلاع ميدانى ، بهدف تحديد الفروق الاقليمية بين الاسر الامريكية من حيث المستــوى الاقتصــادى والاجتماعى ، وعادات القراءة .

ويتسم البعض ، جمهور المجلة ، أو قارئها الى ستة انواع ، وذلك من حيث طبيعة الشخصية ، والدراسات والبحوث التى اجريت على المجلة وقرائها فى الولايات المتحدة الامريكية (*) والانواع الستة هى (٢٨) .

النوع الاول : القارىء المحبط The Discomfitted Reader :

وسر احباطهذا القارىء أو تعاسته انه لم يعد يستطيع أن يستخدم المجلة كوسيلة للهروب من واقع الحياة ، أو أن هذه المجلة او المجلات التى يقرأها قد سلكت طريقا آخر ، جديدا ، فأحبطت بعض قرائها القدامى ، وكسبت ولاء البعض الجديد واخذ البعض الصورة البهيجة للمجلة التى عاش فى ذهنه فى الماضى ، مثل الجوانب السلبية فى المجتمع ، وقلة المساحة المخصصة لمن يطالب بالاصلاح الثقافى ، ويزيد الامر سوءا توسع المجلة فى عرض الانباء السيئة والعنيفة مثل : والانقلابات والمظاهرات والجرائم الدموية .

النوع الثانى : القارىء فاقد الثقة أو سيىء الظن
: The Mistrustful Reader

وهو قارىء ليس مهتاج بطبعه ، أو يعانى من اضطرابات عقلية ، انه شخص شكاك . كثير القلق على ضميره الاجتماعى منه على مصالحه الاقتصادية ، فيضايقه كثيرا أن يجد فى بريده ــ وهذا يحدث له طــوال العام ــ عروضا للاشتراك فى مجلات بأسعار اقل من المجلة التى يشترك فيها منذ مدة ، ولم يحصل منها على أىفائدة رغم ولائه لها .

النوع الثالث : القارىء المنزعج The Annoyed Reader

وهذا النوع من القراء لا يزعجه عمليات البيع أو الاشتراك غير الاخلاقية في المجلة ، أو وجهات النظر السياسية التى لا يرضى عنها ، بل ان ما يزعجه هو اى سلوك غير سوى أو غير واضح تقوم به المجلة ، مثل كوبونات اعلانية داخل العدد ، ووضع الاعلانات الصغيرة وسط اى مادة صحفية جذابة ، ويضايقه صفحات الاعلان التى تتنكر فى صورة مادة تحريرية .

النوع الرابع : القارىء المندهش The Bewildered Reader

وهو قارىء غير معقد ، بل مندهش أو مرتبك فقط ، يصاب بالدوار وهو يقرأ كل يوم عن أخبار انهيار بعض المجلات وتوقفها عن الصدور ، وميلاد مجلات أخرى ، بدون أن يجد تفسيرا لذلك ، هو انسان فشل فى فهم العالم المحيط به ، المتغير بسرعة ، فكل يوم تظهر مجلات جديدة وتختفى بعد فترة رغم أنها تحقق أرباحا ، أن عالم المجلة والصحافة بشكل عام ، غير واضح بالنسبة له ، مما يبعث على الحيرة

النوع الخامس : القارىء غير المكترث The Indifferent Reader

وهذا القارىء لا يقلق بسبب اخطاء المجلة ، أو اختفائها ، أو ظهورها أو اهتمامها بقضايا تافهة بدلا من القضايا الاجتماعية المهمة ، فهو يعتبر المجلات مصادر للتسلية والامتاع والترفيه ، وليست مصدرا للثقافة أو للحصول على الراى ، اى أنها وسيلة ترفيهتساهم فى شغل وقت الفراغ عندما لا يكون هناك شىء ممتع فى التليفزيون . لذلك نجد هذا النوع من القراء ينزعج من المقالات الفكرية العميقة ، وقد تكون المجلات العميقة الجادة بالنسبة لهذا النوع مصدرا أو وسيلة للزينة أو لادعاءالثقافة .

النوع السادس : القارىء الراضى The Satisfied Reader

وهو قارىء شديد التحمس لمجلته ، ويزيد منحماس جهازها التحريرى بسبب شدة حماسه وولائه ، الذى يعبر عنه بشرائه للمجلة بانتظام ورسائله الى المحرر ، وهو فى الوقت نفسه راضى عن النظام الاقتصادى للبلاد ، وهو محافظ بطبعه ولا يطالب بالثورة ولا حتى بالتغيير

من يعد بحوث القراء :

فبعض المجلات الكبرى تكون هناك اقسام خاصة للبحوث ، أو للتنمية أو للترويج ضمن اقسام المؤسسة الصحفية التى تصدر المجلة ، أما المجلات الاقل فى الحجم او الموارد أو التى لا تسمح مواردها بوجود هذه الاقسام فقد تعهد بها الى قسم للبحوث فى ادارة التوزيع

او الاعلان ، وقد يعهد بها الى مكتب او هيئة او وكالة أو مركز للبحوث التسويقية أو لبحوث استطلاع الرأى العام ، أو وكالة اعلان ، أو أى جهة تخصص فى ذلك وهو ما سيعتمد عليه المخطط لاصدار المجلة .

بحوث القراء فى مصر :

وفى مصر لم تهتم المجلات المصرية حتى الان بانشاء اقسام للبحوث تتبع الجهاز التحريرى او تستقل بنفسها داخل المؤسسة التى تصدر عنها المجلة ، بل هى اقسام للبحوث التى تتعلق بالتوزيع او الاعلان داخل ادارة التوزيع أو الاعلان ، وهذه الاقسام المتخصصة فى البحوث لاتتعدى مهمتها سوى التنبؤ بأرقام التوزيع المتوقعة للمجلة أو لمنافسيها ، أو التخطيط للحملات الاعلانية ، أو توزيع مخصصات حملة اعلانية ما بالتشاور مع ادارة الاعلانات بالمجلة ، ولكن لا تقوم ببحوث عن اهتمامات قرائها .

لذلك تعهد المجلات المصرية — وكذلك الجرائد والمؤسسات الصحفية العامة — الى جهات بحثية خارجية باجراء هذه البحوث لحسابها ، قد تكون هذه الجهات داخل مصر أو خارجها : مثل بعض الوكالات الامريكية أو العالمية ، أو الوكالات والمكاتب والاساتذة المصريين ويظهر ذلك من تتبع بحوث القراء التى اجريت الان — بالنسبة للمجلة فقط — حتى الان فى مصر وهى :

— بحث اجراء الدكتور مصطفى حسنين زهير واشترك فيه مجموعة من طلبة البكالوريوس بكلية التجارة جامعة عين شمس عنقياس فعالية الاعلان ، واختار له مجلة « آخر ساعة » كوسيلة لنشر الاعلانات ، بسبب ما ابدته مؤسسة اخبار اليوم من استعداد للتعاون فى انجاز هذا البحث عن طريق امداد الباحث بالنسخ اللازمة من المجلة والمطبوعات الاخرى التى استلزمها العمل الميدانى(٢٩) .

— دراسة عن الصحف كما يراها المشترون والباعة أجراها المركز العربى للبحوث والادارة (آراك) عام ١٩٦٦ .

— دراسة اجراها المركز العربى للبحوث والادارة (آراك) عن خصائص مشترى الجرائد والمجلات فى جمهورية مصر العربية ، شمل جرائد : « الاهرام » ، « الاخبار » ، « الجمهورية » ، الاعداد الاسبوعية (*) « روزاليوسف » ، وذلك لحساب دار أخبار اليوم عام ١٩٧٦ .

(*) الاعداد الاسبوعية : هى « أهرام الجمعة » ، و « جمهورية الخميس » .

ـ دراسة أجراهـا مـكتب الشرق الاوسط لابحـاث التسويق M.E.M.R.B (**) على وسائل الاعلام فى الشرق الاوسط Middle East Media Study شملت : الى جانب الراديو والتليفزيون الجرائداليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ونصف الشهرية ، المطبوعات الشهرية والبديلة للشهرية ، والمطبوعات ربع السنوية وغيرهـا ، فى خمس دول هى : الكويت ، السعودية ، مصر ، ايران ، عام ١٩٧٧ ، وحصلت بعض مؤسساتنا الصحفية على نسخ منها نظير دفع مبلغ معين.

ـ دراسة أشرف عليها الدكتور محمد على العوينى عن « مشاكل الاعلام الشبابى : دراسة نظرية وتطبيقية » حيث حلل جمهور وسـائل الاتصال فى مصر من خلال عينة من الشباب واتجاهاتهم نحـو الراديو العامة للتخطيط والبحوث والاحصاء بجهاز الشباب التابع للمجلس القومى للشباب والرياضة ، وشارك فيها باحثون شبان من جامعة القـاهرة ، عام ١٩٧٨ (٣٠) .

ـ دراسة اجراهـا مكتب الاشرق الاوسط لابحـاث التسـويق Middle Rast Marketing Research Bureau Interteam Mc, cann Erickson

ببيروت (وهو أحد خمسة مكاتب لمؤسسة بحوث gnterteam Mc. Cann Erickron

والتلفزيون والجرائد والمجلات والكتاب ، اجريت بناء على طلب الادارة مقرها الرئيسى لندن وتختص ببحوث التسويق والجمهـور ، ومكاتبهـا العربية فى بيروت والكويت والبحرين ودبى وجدة) .

وعنوان هذه الدراسة (Middle Enst Media. Study 1979)

أى « وسائل الاعلام فى الشرق الاوسط عام ١٩٧٩ » ، وهى دراسـة شاملة لوسائل الاتصال والجمهور فى ست دول فى منطقة الشرق الاوسط هى : الكويت ودولة الامارات وعمان والسعودية والاردن ومصر ، اطارها الزمنى عام ١٩٧٩ ، وقامت بدراسة للراديو والتليفزيون ، والجـرائد اليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ، ونصف الشهرية ، المطبوعات الشهرية والبديلة للشهرية ، المطبوعاتربع السنوية وغيرها ، كما درست جمهور القراء والمشاهدين والمستمعين فى هذه الدول الست من حيث : الجنس ، العمر ، المستوى الاجتماعى ، الجنسية ، اللغات التى يجيدها الفرد ، عدد السيارات فى المنزل ، السفر بالطائرات وعدد مراته ، ملكية الراديو

(**) مكتب الشرق الاوسط لابحاث التنسويق ببيروت أحد خمسة مكاتب لمؤسسة بحوث هى gntesteam Mc. cann Erick Aon ، فى لندن لبحوث التسويق والجمهور ، ومكاتبهـا العـربية فى بيروت والـكويت والبحرين ودبى وجدة .

والتليفزيون ، وهدفت من هذا البحث الى تزويد المعلنين ووكالاتهم ، ووسائل الاعلام نفسها بمعلومات اعلامية وتسويقية تتسم بالموضوعية ، وتساعدهم على الوصول الى أسواق هذه الدول الست محل الدراسة القاهرة (٦٫٦٥٠٫٠٠٠) والاسكندرية (٢٫٣٣٠٫٠٠٠) وطنطا (٣٠٠٫٠٠٠) ، اختير ١٫٢٠٠ يمثلون القاهرة ، و ١٠٠ يمثلون الاسكندرية ، و ١٠٠ طنطا استجاب منهم ١٫١٦٨ ، منهم ١٣٥ فى القاهرة، و ٨١ فى الاسكندرية ، و ١٥٢ فى طنطا ، بعد أن فشل فريق البحث فى اجراء الدراسة بالمنصورة لخلاف مع السلطات .

وشملت عينة البحث : الجرائد والمجلات الاجنبية والعربية والمصرية التالية : الكواكب ، الدستور ، المصور ، Burinerr week ، الاهرام ، المستقبل ، روزاليوسف ، الجمهور ، الاسبوع العربى ، News week الوطن العربى الموعد ، اكتوبر ، أسرتى ، صباح الخير ، المجالس ، World Tims ، أخبار اليوم ، آخر ساعة ، اليقظة ، النهضة ، L'Express الشبكة ، الرياض ، مرآة الامة ، الصياد ، حواء ، Middle Eart econonic ، وقد أجريت هذه الدراسة عام ١٩٧٩ (٣١) .

— واحدث الدراسات التى اجريت على قراء المجلات فى مصر هى بحث : « اتجاهات القراء لمجلة اكتوبر » ، الذى قام المركز العربى للبحوث والادارة « أراك » باجرائه بناء على تكليف من مجلة اكتوبر خلال الفترة من يوليو الى اكتوبر عام ١٩٧٨ ، وساهم مع المركز فى الاشراف على تصميم المنهج واختبار استمارات الاستطلاع الاستاذ كارلو جليمنيتى رئيس مؤسسة بروجيتازيونى فورماتيفا بميلانو بايطاليا ، كما قام مركز الحاسب الآلى لدار المعارف بتسجيل وتحليل بيانات استمارات استطلاع آراء القراء واستخراج المؤشرات العامة لها .

وقد تحدد الهدف الرئيسى للبحث فى التعرف على خصائص قراء المجلة وآرائهم فيها ، الامر الذى يزود ادارة المجلة بصورة واقعية لطبيعة جماعة القراء وتركيبها الاجتماعى والثقافى ، وتحددت المجالات التى التى استهدفت فيها آراء القراء فى اربعة مجالات محددة هى :

— المعلومات الشخصية عن القارىء .
— طبيعة علاقة القارىء بالمجلة .
— المادة التحريرية والاعلانية للمجلة .

المجالات البيعية

واعتمد البحث اساسا فى تحقيق الاهداف المنشودة منه على « العينة الرضائية » من القراء ، أولئك الذين استجابوا للدعوة الموجهة

لهم بالاشتراك فى البحث عن طريق ملأ « كوبون الاشتراك » والذى نشر بمجلة اكتوبر عدة مرات ضمن حملة التهيئة التى سبقت عملية استقراء الاراء ، وقد استخدم ايضا اسلوب «العينة العشوائية» ايضا الى جانب العينة الرضائية لايجاد نوع من عوامل المقارنة والدراسة بين آراء القراء فى كل من العينتين باعتبار أن آراء العينة العشوائية تمثل « جماعة الظل » للآراء الراضية اقترابا أو بعدا عنها ، وتم تصميم الاستمارات الخاصة باستقراء آراء القراء على اساس اعتماد معظم الإجابات المطلوبة من القراء على نظام « الاجابات المقفلة » مع تضمين الاستمارة بعض الاسئلة ذات « الاجابات المفتوحة » وقد خضعت الاستمارة لعدة اختبارات عدلت من جوانبها قبل أن تطبع فى شكلها النهائى .

وبلغت العينة الكاملة ٩٠٨ قارئا شملت ٦٠١ قارئا من داخل جمهورية مصر العربية و ٣٠٧ من خارج مصر ، وشملت ٦٠٣ قارئا يكونون العينة الرضائية منهم ٥٣٩ قارئا من داخل مصر و ٦٤ قارئا من خارج مصر ، و ٣٠٥ قارئا يكونون العينة العشوائية منهم ٦٢ قارئا من داخل مصر و ٢٤٣ قارئا من خارج مصر ، وتكونت العينة المحلية من ٥٣٩ قارئا فى العينة الرضائية و ٦٢ قارئا فى العينة العشوائية بينما تكونت العينة الخارجية من ٦٤ قارئا فى العينة الرضائية و ٢٤٣ قارئا فى العينة العشوائية ، وتتكون هذه العينة الخارجية من ٢٩٦ قارئا من الدول العربية منهم ٥٩ قارئا فى العينة الرضائيع ، و ١١ قارئا من الدول الاجنبية منهم ٥ قراء فى العينة الرضائية .

وقد تم استيفاء بيانات استمارات استقراء آراء القراء فى « العينة لرضائية » بواسطة البريد سواء كان القارىء داخل مصر أو فى الدول العربية والخارجية : وقد بلغ عدد راغبى الاشتراك فى البحث من هذه العينة ٦٨٠ قارئا استجاب منهم ٦٠٢ قارئا بالاجابة عن أسئلة الاستمارة، ويمثل الفرق بين الرقمين نسبة من القراء الذين انسحبوا من البحث بالاضافة الى بعض الاستمارات التى فقدت بالبريد أو وصلت بعد الموعد المحدد لانتهاء تلقى الاستمارات .

وبالنسبة للقراء فى « العينة العشوائية » فقد تم استيفاء آرائهم فى مقابلات شخصية قام بها الباحثين أنفسهم سواء فى مصر أو فى بعض الدول العربية (السعودية — تونس — السودان — الكويت) ، كذلك تم استيفاء بعض الاستمارات لمواطنى بعض الدول العربية أثناء تواجدهم بالقاهرة . وبالنسبة لقراء هذه العينة — خاصة من مواطنى الدول العربية — لم يستجب العديد منهم لاستيفاء بيان اسم القارىء وعنوانه فى حين استجاب لباقى بيانات الاستمارة .

وقد جاءت المؤشرات العامة للبحث مغطية المعلومات التى تحـــدد خصائص القارىء نفســـه وآرائه فى مختلف محتـــويات المجلة التحريرية والاعلانية بحيث غطت الجوانب الاربعة التالية :

١ ــ المعلومات الشخصية من القارىء : الاسم ــ العنوان ــ الجنس ــ السن ــ الحالة الاجتماعية ــ المؤهل ــ الوظيفة ــ الدخل ــ الدراسات بالخارج ــ اجادة اللغات الاجنبية ــ ملكية الســلع المعمرة ــ التدخين ــ الرياضة ــ الاشتراك فى النوادى .

٢ ــ طبيعة علاقة القارىء بالمجلة : مدى انتظام قراءة المجلة أسبوعيا ، عدد قراءة النسخة الواحدة ــ مدى قراءة المجلة ــ الاحتفاظ بالمجلة بعد قراءتها ــ قرار الشراء ــ مجموعة المجلات الاخرى التى يقراها القارىء بانتظام محلية واجنبية .

٣ ــ المادة التحريرية والاعلانية : افضلية الكتاب والمحررين ــ الراى فى ١٢ مجموعة من مواد التحرير والاعلان (الاخبار العالمية ، الاخبار المحلية ، الموضوعات السياسيـــة ، الموضوعـــات الاجتماعيـــة والسياسية ، التحقيقات الصحفية ، الموضوعات الادبية والفنية ، موضوعات المرأة ، الرياضة ، الموضوعات الدينية ، الموضوعات العلمية ، موضوعات التسلية واختبارات الذكاء ، انت وبختك) ــ ــ مستوى طباعة المجلة ــ حجم الحروف المستخدمة ــ طريقـــة تصميم الاعلانات واخراجها ــ الموضوعـــات التى تنقص المـــواد التحريرية بالمجلة ، الموضوعات التى يمكن ان تحذف من المجلة ــ عدد صفحات المجلة ــ طريقة تصميم الغلاف ــ المساحة المخصصة للاعلانات .

٤ ــ مجالات بيع المجلة (التسويق والتوزيع) : توفر المجلة فى الاسواق ــ نظام الاشتراكات السنوية ــ سعر بيع المجلة .

وعلى ضوء النتائج الجزئية للاستمارات والمؤشرات العامة للبحث ، واستنادا الى ما تظهره هذه النتائج والمؤشرات من دلالات تصلح أن تكون اساسا علميا لصياغة استراتيجية التحرك المستقبلى لتحقيـــق الهـــدف الرئيسى للبحث لتطوير العمل بالمجلة فى كافة المجالات أمكن التوصل الى بعض التوصيات العامة التى حددتها هيئة البحث فى :

أولا : ان اعتماد المنهج العلمى للبحث على أسلوب «العينة الرضائية» قد أوجد حاليا مجموعة من القراء على درجة عالية من الارتباط والولاء للمجلة . هذه المجموعة والتى تبلغ ٦٠٣ قارئا ــ يمكن الاعتماد عليها فى تطبيق نظام « البحوث المستمرة للقراء » ، والذى يعتبر مرحلة علميـــة

متقدمة تتفق مع مكانة « مجلة أكتوبر » وتنفرد بها فى الوطن العربى فضلا عن الفوائد الأكيدة التى تجنيها المجلة من تطبيق هذا النظـام من توفير الارتباط الوثيق بنبض القراء والتعرف على آرائهم واتجاهاتهم . كـذلك يمكن تطوير هذا النظام الى نظام « البحوث المستمرة للقراء / المستهلكين » مما يحقق أهدافا أكثر شمولا للتحرير والاعلان ودراسة السـوق ويوفر للمجلة مكانة علمية مرموقة ويزيد حصيلة الاعلانات زيادة كبيرة ، هـذا مع ملاحظة ان العينة الرضائية تضم ٢٪ منها من حملة المؤهلات الجامعية والدراسات العليا مما يجعل منها عينة متميزة ، ومن الجدير بالاشارة اليه فى هذا المجال أن تطبيق مثل هذه الانظمة لا يتطلب تكاليف كبيرة اذ يعتمد أساسا على الاساس العلمى لها ونظم تجميع وتشغيل وتخزين وتسويق المعلومات المتوفرة عنها بشكل بسيط ومنتظم .

ثانيا : ضرورة مراجعة أنظمة التوزيع الحالية بهدف توسيع نطاقها وزيادة فعاليتها والاستفادة من رغبة القراء فى نظام الاشتراكات السنوية، بعد أن برز أثناء البحث عدم توفر المجلة بسهولة وانتظام فى بعض الاسواق العربية والخارجية .

ثالثا : تشعر عينة القراء موضع البحث بأن هنـاك موضوعات تحريرية أقل من اللازم حاليا ، ومن أهم هذه الموضوعات : التحقيقـات الصحفية ، والموضوعات الدينية والعلمية ، وأوضحت الدراسة اتجـاه القراء لزيادتها .

رابعا : من المفيد التفكير فى اصدار « محفظة » لحفظ الاعـداد السنوية لدى القراء ، على ضوء ما اظهرته الدراسة من وجود نسبة كبيرة من القراء يحتفظون بالمجلة فى مجموعات متكاملة ، ولا شك ان تنفيذ هذه الفكرة يرتبط باعتبارات عديدة ويمكن تنفيذه بأساليب مختلفـة ويتطلب دراسات مالية عن تكلفته والعائد المتوقع سواء أكان هذا العائد مبـاشر فى حالة بيع المحفظة او بطريقة غير مباشرة اذا ما توفرت الادلة على خلق عامل جديد يزيد من التوزيع(٣٢) .

ونستطيع القول أنه اذا كانت دراسة جمهور قراء المجلة مهمة ولازمة لادارة تحرير المجلة وكذلك لادارة اعلاناتها وتسويقها فمن خلال التعرف على خصائص الجمهور وسماته ومواقفه واتجاهـاته من المجلة شـكلا ومضمونا ، تحريرا واخراجا ، اعلانا وتوزيعا يمكن الحكم على مدى توفيق محررى المجلة واداريوها ، وما اذا كانت خططهم فى حاجة الى تعديل أم هى خطط جيدة وينبغى الاستمرار فيها ، فان دراسة جمهور قراء المجلة المتوقع أو المرتقب عند التخطيط لاصدارها تصبح شيئا حيويا وحاسما فى وضع خططها التحريرية والاخراجية والاعلانية والتوزيعية وبدونها تصبح

عملية التخطيط للاصدار وما يترتب عليها من خطط طويلة الاجل بلا جدوى، ويصبح المخطط لاصدار المجلة كالسائر فى طريق لا يعرف له بداية أو نهاية بل على حد تعبير رجل الصحافة الامريكى تيودور . ل . نبراند يصبح كمن يسبح برغبته ضد التيار ولا يحب أن يسمع نصيحة أحد .

كانت هذه هى المتغيرات الخمسة التى ينبغى على المخطط لاصدار مجلة أن يضعها نصب عينيه قبل أن يختار صيغة مجلتها ، وهى كلهـــا متغيرات تتصل بالبيئة التى تصدر خلالها المجلة فالمجلة كما سبق القول مشروع اقتصادى واجتماعى وصحفى وفنى وبشرى فى الوقت نفسـه ، أى تحيط به بيئته الاجتماعية والاقتصادية والصحفية والتكنولوجيـــة التى تشمل داخلها : « غرض المجلة من الصـــدور » و « ســـوق المجلة » و « الصيغ الموجودة والمتميزة » و « المجلات المنافسة » واخيرا « الجمهور المرتقب للمجلة » .

ورغم ذلك كله ، وما ينادى به خبـــراء المجلة من ضرورة التخطيط المسبق عند اختيار صيغة المجلة الا ان قراءة متأنية ومتعمقة لتاريخ المجلة فى العالم وفى مصر تقول لنا أن هناك مجلات قد صدرت ونجحت دون ان تضع أو تحدد لنفسها صيغة محددة مسبقة ، بل صدرت المجلة أولا ، ثم تركت «الصيغة» التى تسير عليها تتحدد وتتشكل وفقا للممارسة والتجربة وللصواب والخطأ ، ولعل مجلة Holiday الامريكية . تعـد نموذجا لذلك ، فقد خرج عددها الاول الصادر فى عام ١٩٤٦ فى شكل مجلة تقليدية للرحلات ، وفى صيغة تجمع بين الاثارة وجودة التحرير ، وبعد بداية باهرة مرتفعة التوزيع ، بدأت أرقام التوزيع تنخفض ، ولهذا عدلت المجلة من أسلوبها ، واتجهت الى صيغة أخرى فارتفع توزيعها وزادت اعلاناتها .

وفى بعض الاحيان تأتى الصيغة الناجحة من مهارة رئيس التحرير وقدرته على التفكير والابتكار ، فمجلة The New yorks الامريكية لم تحدد لنفسها صيغة قبل الصدور ، ولم تناقش فى اجتماعات جهاز تحريرها أو يخطط لها ، بل صدرت المجلة واستمرت وعاشت حتى الآن تحمـل صيغة صاحبها هارولد روس غير المكتوبة ، فعلى الرغم من وفاة هارولد مؤسسها ورئيس تحريرها الاول عام ١٩٥١ ، نجد المجلة مستمـرة فى التعبير عن نفسها وفى الصدور خلال تصور متسق اصيل ومأمول ، جاء نتاجا لخبرة صاحبها هارولد روس وممارسته ، ولم يناقش أو يطرح على المائدة المستديرة لجهاز التحرير ، أو يعد على ضوء نتـــائج ودراســـات واختبارات أجريت على الجمهور واختبرت ذوقه واهتماماته(٣٣) .

٢ — اختيار السياسة التحريرية الاساسية للمجلة

السياسة التحريرية الاساسية هى تلك الحدود والمبادىء التى من خلالها تقوم المجلة باداء وظيفتها كوسيلة اتصال بالجماهير : القضايا التى تعالجها ؟ واسلوب معالجتها ؟ المحاذير ؟ او هى ببساطة : « الوجهة التى تختار المجلة اتباعها فى جوابها عن سؤالين فائقى الاهمية : ماذا ستنشر ؟ وكيف ستنشر ما تنشر ؟ »

وقوامها الاجراءات والقواعد والمبادىء التى اقرتها المجلة لتستهدى فى عملها ، والتى ستهيمن بعد ذلك على كل وجوه العمل الصحفى او الفن الصحفى فى المجلة (٣٤) .

والهدف هو ان يصل القارىء بعد فترة الى الاحساس بشخصية تحريرية ثابتة للمجلة ، تتفق فى الوقت نفسه مع هدف المجلة وصيغتها . واختيار هذه السياسة التحريرية الاساسية ينبغى أن يتم قبل صدور العدد الاول لانها تخدم رئيس التحرير فى عمله اليومى ، وعندما تكون محددة بشكل واضح تساعده على أن تسير المجلة فى خط واحد مع غرضها وتكون منسقة مع رسالتها وتحقق وجها مميزا أو شخصية وتصبح أداة مؤثرة للاتصال ، وهى كذلك تحرر رئيس التحرير من اتخاذ قرارات تحريرية أساسية بشكل فجائى أو غير مستقر ، وتجعله يتفرغ للقضايا والقرارات التنفيذية اليومية ، التى يساعده فيها كدليل ، السياسة التحريرية الاساسية (٣٥) .

ويؤثر فى السياسة التحريرية الاساسية مجموعة من العوامل يمكن ايجازها فى (٣٦) :

١ — الاحوال المالية .
٢ — مسئوليات المجلة تجاه المجتمع والافراد والحكومة .
٣ — الطابع المتوخى للصحيفة .
٤ — متلطبات القراء .
٥ — الاجتهاد السياسى .
٦ — عوامل تجارية .
٧ — عوامل دينية .
٨ — عوامل عرقية واجتماعية .
٩ — عوامل فردية وجماعية .
١٠ — عوامل وطنية .
١١ — نزوات رئيس التحرير ومعاونيه .
١٢ — النزعة الاقليمية .
١٣ — الموضوعات المحرمة .

١٤ ــ ارتباطات الناشر أو جهة النشر .
١٥ ــ الحملات الصحفية .

نماذج تطبيقية :

كانت هذه هى الاسس النظرية أو السياسة التحريرية بشكل مجرد ومطلق والآن نعرض لنماذج تطبيقية للسياسة التحريرية لثلاث مجلات مصرية ، هى المصور ، وآخر ساعة ، وأكتوبر .

السياسة التحريرية لمجلة المصور :

تحاول مجلة المصور ــ الآن ــ المحافظة على صيغة المصور القديمة مع اجراء بعض التغييرات والتعديلات والتطوير فيها بما يتناسب مع القارىء المصرى والعربى هذه الايام ، ومع ظروف المجتمع ، وواقع الصحافة المصرية .

فالسياسة التحريرية المعلنة لها تقوم على أساس أنها مجلة سياسية مصورة ، مصرية عربية ، محافظة وملتزمة برسالة تثقيفية وتوجيهية ،هى مجلة مصرية عربية ، واهتمامها بالقضايا المصرية ليس تحزبا وليس اقليمية ، بل لان مصر تمثل حوالى نصف الوطن العربى ، وعندما تهتم المجلة بنصف الوطن العربى فهى تهتم بالكل ،وعندما تهتم بعد ذلك بالقضايا العربية فهى تقوم بوظيفة مهمة وهى تنمية الحس العربى عند المواطن المصرى .

ويحدد رئيس التحرير موقف أو سياسة المجلة تجاه القضايا الداخلية ، فى مصر فى الرسالة التى بعث بها الى الرئيس انور السادات عقب تعيينه نائبا لرئيس مجلس ادارة دار الهلال فى مايو ١٩٧٧ باسمه وباسم العاملين بالدار بأنها « الالتزام الى أبعد حدود الالتزام بمبادىء ثورتى ٢٣ يوليو و ١٥ مايو المجيدتين ، وبذل كل ما نملك من جهد لتحقيق آمال الرئيس السادات فى الصحافة كسلطة رابعة بعد أن أعطاها كل حرية وأمان واستقرار وازدهار » .

ويعتبر رئيس تحرير المصور مجلته أحد أسلحتنا فى المعركة السياسية التى تخوضها مصر وذلك لان « بلدنا يخوض أعنف معاركه ضد أعدائه ، وخصومة الذين تحالفوا رغم ما بينهم من خلافات وتناقضات على اعاقة

(*) المصور : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٢٤ يرأس تحريرها الآن صبرى أبو المجد وتصدر عن مؤسسة دار الهلال .

مسيرة شعبنا ، وان حملات التشكيك والتضليل ضد وطننا قد بلغت الذروة » .

وفى النهاية يقول رئيس التحرير نيابة عن محررى الدار والعاملين بها محددا موقفهم وملخصا دورهم الاعلامى فى تلك المرحلة : « نحن نعاهدكم باستمرار وقوفنا وراءكم للتصدى لتلك المعارك والحملات بكل ما نستطيع من جهود وامكانات حتى يتحقق النصر الكامل لشعبنا العظيم بقيادتكم الرشيدة الحكيمة » .

أما اهتمام المصور بالقضايا العربية فهو نوع من المحافظة على التقاليد التى وضعها المصور خلال تاريخه الطويل ، فقد كان المصور مجلة عربية ، تهتم بشكل كبير بشئون العرب وقضاياهم ، والى جانب المحافظة على هذه التقاليد يحاول تطويرها ، لان القضايا العربية عام ١٩٧٨ تختلف عنها عام ١٩٢٤ عندما صدر المصور ، فالحس العربى الموجود الآن مختلف لقد زاد وتعمق ، فرئيس تحرير المصور يرى أن الاحاسيس الموجود عند القارىء أصبحت اليوم عربية أكثر منها محلية .

ويدلل رئيس تحرير المصور على أن اهتمامات القارىء العربى اليوم قد أصبحت قومية بقوله : « لقد استحدثت فى المصور طبعة عربية خاصة للتوزيع فى البلاد العربية كنت أحذف منها أبواب معينة وموضوعات : كالجريمة مثلا أو بعض الموضوعات عن القضايا والاحداث المحلية البحتة، واستبدل بها موضوعاتعربية الاهتمام أو المضمونولكن فوجئت بخطابات من قراء من مختلف أنحاء الوطن العربى ومن أمريكا اللاتينية وحتى من استراليا تثورضد هذا الوضع،وتطالب بعدم حذف الابواب أو الموضوعات المحلية الاهتمام وأكدوا جميعهم على أنهم يريدون أن يقرؤا ما يقرأه القارىء فى مصر ، فالكل هنا يهتم بكل المسائل الصغيرة التى تجرى فى مصر ، التى يعتبرونها الاخت الكبرى القائدة ، حتى الاحداث التى نراها نحن محلية بحتة يراها القارىء العربى أو يريد أن يراها بشكل قومى » .

لذلك يحرص رئيس تحرير المصور على أن يتضمن كل عدد من أعداده ما لا يقل عن ١٠٪ من صفحات موضوعات عربية ، حتى يسد النقص الذى يحس به القارىء العربى تحريريا ، وبالاضافة الى ذلك الى ذلك يصدر المصور عددا سنويا خاصا ممتازا بعنوان « نحن العرب » كحصيلة للسنة كلها تقدم فيه المجلة صورة متكاملة للوطن العربى خلال عام .

من هنا يمكن تفسير السر الذى يكمن وراء توزيع المصور فى الماضى حوالى ٧٠٪ من نسخة فى العالم العربى ، و ٥٠٪ منها فى العراق وحده ، والباقى فى العالم العربى خاصة فى السعودية وليبيا .

وصحفيا تلتزم المجلة سياسة الاعتدال والمحافظة ، وعدم الاثارة أو السعى لمخاطبة غرائز القارىء ، بل تخاطب فكره وعقله ، انها ترى أن الصحافة رسالة تلتزم بتثقيف القارىء وتوجيهها وتنمية الحس الوطنى والقومى عنده ، ولا تهدف أن يزيد توزيعها وتزداد مساحات الاعلان فيها » (٣٧) .

السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة :

تقوم السياسة التحريرية الاساسية لمجلة آخر ساعة (*) الآن على خمسة تصورات أساسية (٣٨) .

الاول : أن تحمل مشعل الامل — من ناحية المضمون — فى اغلب الاوقات وهى تؤمن أن الامل فعل « بداية فعل » وأن الدعوة الى اليأس انهزام وانكسار أمام الحياة وأن الامل بناء وأن الناس جميعا مخلوقون لغاية هى التعمير والبناء فى كل ناحية من نواحى الحياة .

والثانى : هو الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والسياسية ، وعدم اغفال الجانب النقدى ومعالجة المشاكل التى يعانى منها القارىء العادى، وفى عرضها لها تذهب أولا اليه تعرف الاصل والسبب والداء ، وآخر من تذهب اليه لتعرف رأيه هو المسئول .

الثالث : خلق نوع من التوازن الدائم بين مختلف فئات المضمون الدسم والخفيف ، بين الجانب الدراسى والبحثى والسياسى والفكرى ، والجانب الترفيهى الخفيف ، فالقارىء المصرى من وجهة نظر ادارة تحرير المجلة قارىء يحب الموضوع المبسط الموضوع فى قالب جذاب او على حد تعبير مدير التحرير « الساندويتش » .

الرابع : الاعتماد على المحررين الشبان وزيادة كفاءتهم باستمرار الى الحد الذى يجعلهم قادرين على أداء دورهم فى المجتمع كممثلين لصناعة الصحافة أو لسلطتها ، ومع مشروعات التحديث الجديدة فى الدار ومع تطور وظيفة الصحيفة ، بدات المجلة فى رفع كفاءة محرريها بمساعدتهم على التدريب والتعليم فى مجالات تتصل بتخصصاتهم وتساعدهم على العمل مع المستحدثات الطباعية والفنية الجديدة وهذه السياسة تعد استمرار لسياسة مدرسة أخبار اليوم التى تعتمد على التفكير الصحفى المنطلق وافساح المجال للشباب .

(*) آخر ساعة : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٣٤ ، ويراس تحريرها رشدى صالح ، وتصدر عن مؤسسة اخبار اليوم . (توفى رشدى صالح خلال فترة اعداد الكتاب ويتولى مسؤلية مجلة اخر ساعة الان : محمد وجده قنديل .. ويسير على نفس السياسة التحريرية) .

والتصور الخامس والاخير الذى تقوم عليه السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة هو التغيير المستمر مع المحافظة على الطابع العام للمجلة ، فمجلة آخر ساعة لا بد وأن تغير ثوبها مرة كل ستة شهور ، ولكنها تجعل للمجلة ملامح مميزة تحتفظ بها ويدور فى اطارها تغيير ، انها محاولة للتنويع فى اطار وحدة تيبوغرافية وتحريرية تتسم بها المجلة .

السياسة التحريرية لمجلة « اكتوبر » :

الخطوط العامة لسياسة مجلة أكتوبر(*) التحريرية الاساسية ، والتى تلتزم بها ، نجد ملامحها فى الرسالة التى بعث بها الرئيس أنور السادات الى أسرة تحرير أكتوبر يوم صدورها باعتباره صاحب فكرة اصدار هذه المجلة والاب الروحى وكبير المخططين لها ويمكن اجمالها فى (٣٩) :

أولا : الخدمة الكاملة للقارىء وتزويده فى كل ما ــ تنشره ــ بخلفياته حتى يمكن للقارىء أن يخرج من كل عدد من اعدادها بقيمة واضافة جديدة لثقافته العامة ، مستأنفة فى ذلك الخط الذى كانت تتميز به صحافتنا من قبل ، وكنا نجد فيها مفاتيح الثقافة الحقة ولو استطاعت مجلة اكتوبر أن تخدم ولو مواطنا واحدا من كل الف مواطن ، ليخرج منها بشىء جديد ، فسوف يكون ذلك انجازا كبيرا .

ثانيا : أن يجد فيها كل عربى الخبر المخدوم والخلفية المخدومة بحقائق تاريخية ووثائق مؤكدة ، فالمهم هو أن تعلم القارىء العربى كيف يستوعب هذه المعلومات الجديدة ، والثقافة الجديدة .

ثالثا : القيام بتأصيل ٦ اكتوبر ، ليس كمجرد عبور ، وانما كيوم فاصل بين عالم ماقبل ٦ أكتوبر الذى اختلفعسكريا وسياسيا واقتصاديا عن عالم ما بعد ٦ أكتوبر ، فلم يكن العبور مجرد انتقال من شاطىء الى شاطىء ، وانما كان هناك اكثر من عبور : هناك عبور ثقافى وعبور اقتصادى وانفتاح .

رابعا : التوجه الى الشباب ، بحيث يتصور كل شاب اذا ما قرأ مجلة اكتوبر انها موجهة له ومهتمة بشئونه ، وأن يعاد اكتشاف الطريق الذى فقده هذا الشباب التائه ، فجزء كبير من صحافتنا ــ للاسف ــ يعمل على ضياع الطريق تحت قدميه .

(*) اكتوبر : احدث مجلة مصرية صدرت فى ٣١ اكتوبر عام ١٩٧٦ ، يراس تحريرها انيس منصور ، تصدر عن مؤسسة دار المعارف .

خامساً : أن تكون صحافة الثقة بالنفس والاقتدار والامل ، بلا عقد وانما بآفاق مفتوحة .

سادسا : القيام بتأصيل التجربة المصرية « كقدوة » خاصة فيما تبنيه مصر اليوم فى الديمقراطية والاشتراكية لاول مرة من حيث لا يوجد تناقض بين حرية الفرد وحرية المجتمع كما هو موجود فى المجتمعات الاشتراكية المعاصرة ، فهم هناك لم يجدوا حلا لهذه المشكلة ، بينما يعتقد الرئيس السادات اننا وجدنا الحل وتطبيقه ، وكذلك تأصيل سيادة القانون وقيام دولة المؤسسات لان هذا انجاز عظيم .

سابعا : وضع حجر الاساس لصحافة عربية مصرية جديدة ، تكون فيها قدوة للصحافة فى الشمول والارتفاع فوق التفاهات التى يراها الرئيس السادات اليوم ، وكذلك القيام بتأصيل القيم الاساسية واعطاء المثل كقيادة فى الصحافة كما كانت مصر قيادة فى الثقافة .

لكن متى تغير المجلة سياستها التحريرية ؟

هناك جملة شهيرة لواحد من ابرز رؤساء تحرير مجلة New weok الامريكية وهو جيمس . ى . نورمان قال فيها : « ان القاعدة الاولى فى عالم المجلات هى التغيير فى سياسة تحريرها » .

وهذا ما اتفق عليه معظم دارسى المجلة فى العالم ، وكذلك العاملين فى تحرير المجلات واخراجها وادارتها ، فصياغة السياسة التحريرية الاساسية للمجلة فى وقت ما لا تعنى صياغتها الى الابد بل لفترة من الوقت تسمح لواضعها بأن يقيس ويقوم تأثيرها ، فمن المحتمل خلال عام أو اثنين أن يشعر بأن هناك تغييرا مطلوبا .

لذلك ينصح خبراء المجلة بضرورة أن يتم تغيير السياسة التجريبية بالتدريج (٤٠) بسبب أن القراء يحبون دائما الشىء الشائع والمألوف . لديهم ، فاذا أراد ناشر أو رئيس تحرير أن يغير من محتوى أو شكل ،من نغمة مجلته أو منطقها أو لهجتها ، فعليه أن يقوم بذلك بالتدريج ، خطوة خطوة وليس فجاة . وذلك « لن يزعج القراء الذين يحبون المجلة » كما هو فى الوقت نفسه يسعد القراء يشعرون بأن التغيير ضرورة ، وبذلك يمكن الاحتفاظ بالمجلة متجددة وحديثة » .

فعندما عاد على أمين الى رئاسة مجلس ادارة مؤسسة أخبار اليوم عام ١٩٧٤ ، اكتشفت أن آخر ساعة ــ التى اشتراها مع مصطفى أمين عام ١٩٤٤ ــ لم تعد تناسب روح العصر ، بقطعها الكبير ، وموضوعاتها الطويلة ، كما لاحظ أن الاهتمام قليل بالجانب الانسانى والاهتمامات

الانسانية فى المجتمع ، لذلك كان أمامه قرارين : أن يغير من قطـع المجلة ويختار لها قطعا أكبر وأن يدخل فيها المواد المحتوية لذلك الجانب الانسانى (الذى نجده فى معظم المجلات العالمية ، مثل باب Les Gens (الناس) فى مجلة Paris Match الفرنسية ، و People (الناس) فى مجلة Time الأمريكية ، وباب (صانعوا الاخبار) فى مجلة الامريكية) .

وعمل كهذا خاصة الشق الاول منه — قد يكون مفاجئا للقارىء وقد يشكل صدمة له ، تجعله ينفر من المجلة .

لذلك اتخذ حلا وسطا ، وهو التغيير التدريجى ، تقرر عمل شريط طوله ١٠ سم ، فى اسفل كل صفحات المجلة ، يضم موضوعات انسانية خفيفة Human Beatwes ، يحقق من خلاله هدفين : الاول : التخفيف من قطع المجلة الكبير ، وتقسيمها الى ما يشبه المجلتين آخـر ساعــة « العادية » وآخر ساعة الانسانية ، والثانى : ان يجد متنفسا للمــواد ذات المحتوى الانسانى وبذلك يحقق هدفا اخراجيا وهــدفا تحريريا فى وقت معا (٤١) .

فالهدف من التغيير فى السياسة التحريرية هو ان يجد القراء مجلة تروق لهم باستمرار ، وبدون ان يصدموا بأي تغيير ، ولكن لهذه القاعدة استثناء ، فالتغيير ضرورة عندما يثبت للنــاشر أو لرئيس التحــرير أن سياسته التحريرية غير جماهيرية ، وغير فعالة ، وغير ناجحة ، وهنا ينبغى الا يتباطأ فى تصحيح الاخطاء ، والتغيير بسرعة ، وليبدأ فى طريق صغير فى التبويب أو فى المظهر الاخراجى ، ثم تتلاحق التغييرات تدريجيا (٤٢)

ثانيا : قرارات على المستوى الاقتصادى :

وهذه القرارات تتعلق بتدبير الحصول على الاموال للمشروع ومراقبة استخدامها الاستخدام الاقتصــادى الامثل : فالمجلة كمشروع صنــاعى وتجارى فى وقت معا تحتاج الى الاموال لشراء الاصول الثابتة أو الصرف عليها ، فيما يسمى بالمصروفات شبه الثابتة ، وأهمها أجور المحــررين والفنيين وكافة العاملين وأقساط التأمين ، وايجــارات المبانى اذا كانت المجلة تستأجر لمخازنها او ادارتها شيئا من ذلك .

كذلك يحتاج اصدار المجلة الى أموال تكفى لمقابلة الاصول المتداولة ، أو ما يسمى بالمصروفات المتغيرة وأهمها : ثمن الورق والاحبار والضرائب ونفقات التوزيع ونفقات الاعلان والدعاية ، وكذلك ما سوف يتم انفاقه على الاستثمارات الجديدة بالتوسع فى انشاءات جديدة ، وبالاحلال الجديد محل القديم ، وبتطوير خدماتها الصحفية ، وهذه القــرارات تهدف الى

اختيار نمط الملكية ، وتحديد نفقات التمويل وحساب نفقات الاصـــدار ووضع الميزانية(٤٣) .

(أ) اختيار نمط الملكية

بدأت الصحف جرائد ومجلات ـــ كمشروعات فردية بسيطة ، حيث كانت المجلة ـــ مثلا ـــ تحرر وتطبع وتمتلك وتدار بواسطة شخص واحد ومع النمو الاقتصادى لصناعة الصحافة وتطورها التكنولوجى ، تعقدت أنماط الملكية ، وتنوعت وتشعبت ويمكن حصر اكثرها شيوعا فى الانماط التالية (٤٤) :

(١) الملكية الفردية : gndiuidual Ounership

وهو نمط اكثر شيوعا فى المجلات والجرائد الاسبوعية ، وعـــادة ما يكون المالك للصحيفة هو رئيس التحرير والمدير ، وعندما تظهر ضرورة يخدم فى اى موقع فى المنشأة .

المميزات :

١ ـــ رئيس التحرير المالك له السيطرة على صحيفته .

٢ ـــ حرية المالك فى كل قراراته ، التى تتعلق بسياســـات الصحيفـــة تحريريا وتجاريا .

٣ ـــ يحصل المالك على كل الارباح من عمله .

٤ ـــ يرتبط المالك فى ذهن القارىء بصحيفته ، ويصبح الاثنان شيئـــا واحدا .

العيوب :

١ ـــ الملكية الفردية ليست قابلة للتحول الى عمل تجارى متسع .

٢ ـــ كل الديون توضع على عاتق المالك الفردى .

٣ ـــ نجاح الصحيفة يعتمد بشكل كبير على قدرة مالكها ومركز ثقته .

٤ ـــ من الصعب الحصول على القروض والمنح والمســـاعدات طويلة الاجل .

(٢) ملكية المشاركة　　Partnership Ounership

وتحدث عندما يعقد شخصان او أكثر اتفاق ملكية شفويا أو كتابيا ، بغرض تأسيس صحيفة او شرائها أو ادارتها .

المميزات :

١ — تسمح بجمع جهود أموال واشخاص ذوى مواهب وقدرات اقتصادية مختلفة .

٢ — قد يزيد راس المال نتيجة السماح لاشخاص آخرين بالمساهمة فى الاستثمار .

٣ — يخفف العبء عن المالك نتيجة تقسيم المسئوليات .

٤ — هناك حكم أو تقويم أو فكر لاكثر من عقل فى ادارة العمل .

العيوب :

١ — كل شريك معرض لديون الصحيفة الكلية ، وكل شريك يعرض الآخرين للديون اذا خاطر اقتصاديا بالدخول فى مشروعات قد تفشل

٢ — كل شريك يكون مسئولا عن امور الصحيفة .

٣ — قد تحل الشركة ، اى لا تستمر ، فى اى وقت بوفاة اى شريك او انسحابه أو بيع اى طرف نصيبه .

٤ — من الصعب الحصول على اتفاق طويل المدى فى بعض الاحيان .

٥ — الشريك غير المسئول بشخصه ، او علاقات عمله ، قد يعرض الشريك الآخر أو الشركاء الاخرين لاضرار .

ولهذا النمط من الملكية عدة اشكال :

أ — مشاركة عامة　　Agenerel partn ership

اتفاق بين شخصين أو اكثر ، لتأسيس أو شراء صحيفة ، والاشتراك معا فى نشرها ، تعد الشكل الاكثر شيوعا من ملكية المشاركة، ولكنها قد تكون مسئولية غير محدودة .

ب ــ مشاركة محددة A Limited partnership

ويمكن هذا النمط من الملكية اى ناشر ، يكون بنفسه طرفا عاما ، من زيادة راس مال ملكيته ، مع اعطـاء مسئولية محـددة لهؤلاء الذين يزودونه براس مال اضافى .

والشريك المحدد يكون مسئولا عن الديون المحـددة للصحيفـة ، بالقدر الذى وافق على أن يساهم به استثماريا فى الصحيفة ، وليس له حق التعاقد للصحيفة وليس له سيطرة على أساسها .

جـ ــ شركة خاصة Joint Stook Company

وتتم عن طريق اتفاق تعاقدى ، ويتشكل مجلس للمديرين والمسئولين لادارة شئون الصحيفة ، وكل مساهم براس المال يكون مسئولا بنصيبه ربحا وخسارة كشريك .

(٣) ملكية الشركة Corporation Ownership

وهو نمط اكثر شيوعا فى الجرائد اليومية ، عنه فى الجرائد الاسبوعية او المجلات .

(٤) ملكية السلاسل او ملكية الجماعة Chain or Group Ownership

وتشبه بعض فروع الصناعة والتجارة ، حيث نجد سلاسـل من الجرائد أو المجلات أو كليهما ، وتقوم بتدعيم استثمارات اقتصـادية ، وأوامر واتجاهات تحريرية ، وتوجيه ادارى ، وتأخـذ اكـثر من شكل من بينها :

ا ــ الشركة القابضة :

وهذه الشركة قد تتحكم على الاقل فى ٥١٪ من أسهم كل جريدة ، او مجلة داخل السلسلة ، ويكون لهذه الشركة القابضـة الاشراف على السياسات التحريرية للصحف داخل السلسلة ، وقد يسمح لكل صحيفة بتشكيل سياستها الخاصة بها ، وعادة ما تشترى المواد الخام المطلوبة مثل : الورق والاحبار والالات والمعدات وباقى الامدادات الاخرى من خلال المقار الرئيسية ، وتطلب الشركة القابضة تقارير يوميـة واسبوعيـة وشهرية عن سير العمل فى كل صحيفة .

ب ـ مجالس المديرين :

وقد تدار الصحف منخلال مجلس من الموظفين والمديرين، وللناشرين داخل السلسلة (المؤسسة) استثمار متحكم فيه فى الصحف التى ينشرونها ، وقد يكون لهم نصيب فى صحف أخرى ، وهم يديرون صحفهم ، ويشكلون سياساتهم التحريرية بادارة واستشارة مسئولى ومديرى وموظفى السلسلة العامة . وفى العادة يوجد توجيه قوى من الشركة القابضة ـ ان وجدت ـ ويشجع رؤساء التحرير والموظفين بكل صحيفة ـ بشكل عام ـ على شراء اسهم فى هذه الصحيفة .

(ه) ملكية العاملين Employement Ownership

تسمح خطة الملكية المحددة بواسطة بعض الناشرين فى صحف حديثة ، للعاملين بشراء اسهم فى الشركة التى تدير الصحيفة ، وفى بعض الاحيان يمتلك العاملون غالبية الاسهم ويتحكمون فى سياسات الصحيفة .

المميزات :

١ ـ اعطاء حافز للعاملين للاشراف على حسن استثمار راس المال .

٢ ـ الادارة المحسنة تساعد على خلق جانب اخلاقى عال .

٣ ـ يمكن تحطيم الحواجز التنظيمية الداخلية بسهولة ، وتجرى تغييرات ضئيلة فى الاشخاص .

٤ ـ الاسئلة المتعلقة بالاجور ، وساعات العمل ، والانتاج تفهم بشكل جيد ، وتعالج بشكل اسهل .

العيوب :

١ ـ يعطى لطول مدة العمل الاهمية الاولى على القدرات الانتاجية .

٢ ـ قد تمتزج العاطفة بالحكم الجيد فى ادارة الصحيفة ووضع سياستها

٣ ـ فرص اشتراك العاملين فى الادارة اقل .

٤ ـ بيع الملكية صعب .

٦ ــ الملكية الرأسية Vertical Ownership

وتعنى ان تكون الصحيفة ــ جريدة او مجلة ــ ملكية عامة ، فشركة ــ على سبيل المثال ــ تمتلك وتدير جريدة كبيرة فى مدينة ، وقد تمتلك وتدير مجلتين ومحطة للاذاعة ، ومصنعا للورق ، وشبكة للنقل ، ووكالات للأنباء والاعلان ، وهذه المؤسسات المختلفة تشارك او تساهم فى نجاح الصحيفة (٤٥) .

وقد يطلق على هذا النمط من الملكية Cross Media Owner اى ملكية وسائل الاعلام المشتركة ، عندما يمتلك الناشر جرائد ومجلات ومحطات للاذاعة ، واستوديوهات للسينما ، ومصانع ورق فى آن واحد .

وقد يسمى Conglomerates اى الشركات المختلطة عندما تمتلك المجلة أو تدار بواسطة مجموعة شركات مختلفة ومتباينة : شركات للمطاط ، والسيارات ، والطيران ، والسينما ، مثلا (٤٦) .

المميزات :

١ ــ توفر الخدمات التى تحتاجها الصحيفة والمواد الخام اللازمة لادارة عملها بنجاح .

٢ ــ ترتبط الصحيفة بوسائل الاتصال الاخرى فى اعطاء خدمة الى منطقة محددة .

٣ ــ تساعد على تخفيض النفقات العامة لاصدار الصحيفة ، وتزود باستثمار علمى لارباحها .

العيوب :

١ ــ توسع من اهتمامات الناشر ومسئولياته الى درجة قد تقلل من انتباهه الى الصحيفة او المجلة التى يصدرها .

٢ ــ قد يوظف راس المال ، الذى يمكن استغلاله فى تطوير وتجديد الصحيفة ، فى خدمة تمويل المشروعات الاستثمارية الاخرى المملوكة بشكل مشترك .

٧ ــ الملكية التعاونية Joint Ownership

نظام للعمل التعاونى بين صحيفتين مختلفتين فى نمط الملكية خلال نفس المجتمع ، ويتجه اليها الآن بعض الناشرين لتقليل نفقات الصيانة

والادارة والتشغيل ، فالصحيفتين — مثلا — قد يطبعا معا فى مطبعة واحدة ، مع احتفاظ كل صحيفة بمكاتبها الاخبارية والادارية وهيئة تحريرها وادارة الاعلان والتوزيع ، والسياسة التحريرية الخاصة بها .

ويتم توقيع اتفاق يضع الاساس للارتباطات والالتزامات التمويلية لكل صحيفة او شركة لتكون ممثلة راس المال لكلا المالكين .

المميزات :

١ — تقليل نفقات الصيانة والتشغيل ، وزيادة الساعات الانتاجية فى المطابع والاقسام الفنية .

٢ — تنمو علاقات اكثر ودية بين الصحف فى ميدان المنافسة .

٣ — انتباه الناشرين والمالكين يتركز على خدمة المجتمع المحلى اكثر من المنافسة ، ولذلك قد يعطوا مجتمعهم المحلى خدمة صحفية اكثر وحدة واكثر اكتمالا .

٤ — عادة ما يسمح للمعلنين بشراء مساحة فى كلا الصحيفتين ، بسعر مشترك ، او فى صحف منفصلة حسب سعر الصحيفة .

٥ — المعالجة الاخبارية المشتركة لبعض الاعلانات ، وربما بعض الموضوعات الاخبارية تسمح بتقليل عدد الاشخاص فى بعض القطاعات الاعلانية او الاخبارية ، او فى القسم الميكانيكى (الجمع والتوضيب والمطابع) مما يؤدى الى خفض النفقات .

العيوب :

١ — قد تقل جهود التطوير نحو الامام ، بسبب الانتفاء الجزئى لعنصر المنافسة .

٢ — قد يسعى الناشرون — مع تقليل المنافسة — الى الحصول على أرباح أكثر مما تستحقه الخدمة الصحفية التى يقدمونها .

٣ — قد ينتج عن التسهيلات الانتاجية المشتركة ، وضع معايير واحدة ، تؤدى الى ان تفقد الصحيفة فرديتها او شخصيتها المميزة .

٢ ـ تحديد مصـــادر التمويل

المجلة مثلها مثل اى نتاج ثقافى او اعلامى ، ينتج بواسطة وسائل الاتصـال بالجماهير ، هى سلعة تطرح فى السوق لتباع وتربح ، ربحـــا كافيا لاقناع المؤسسة التى تنتجها بانها تستحق الاستمرار فى الصدور ، وان كانت هناك استثناءات لهذا القاعدة فى الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث ــ ، ويمكن تمويل وسائل الانصال بالجماهير أو المؤسسات الثقافية او الاعلامية ومنها المجلة من خلال اربعة مصادر رئيسية (٤٧) هى:

المصدر الاول : التوزيع :

أو عائد مبيعات نسخ المجلة ، يعد المصدر الوحيد لتمويل صناعة نشر الكتاب ، وهناك انتاج اعلامى لا يزود منتجه بدخل من توزيعـــه أو عرضه مثل برامج التليفزيون ، باستثناء البرامج الممولة او المكفولة ، أو البرامج التى تصدر الى الخارج ، اما المجلة فان توزيعها يشكل حوالى ٤٠٪ من دخلها ، ان لم يزد فى بعض الاحيان عن ذلك .

المصدر الثانى : الاعلان :

أو الايراد الناتج عن نشر الاعلان بالوسيلة الاعلامية ، وقد يضيق نطاق الاعلان بل لا يعتمد عليه كمصدر بالنســبة للكتب فليس له علاقة بها (وان كانت الاعلانات قد بدات تتسلل الى الكتاب فى العالم وفى مصر بعد ارتفاع اسعار الطباعة ، وعدم توافر المقابل المادى المجزى للمؤلف فنجد بعض المؤلفين يضعون اعلانات داخل الكتاب تمكنهم من طبعه ونشره بشكل يحقق عائدا مجزيا لهم ، ولكن فى الوقت نفسه نجد ان الاعلان هو شريان الحياة بالنسبة للجرائد والمجلات والاذاعات التجارية ، وقد نما الاعلان كصناعة ضخمة بعد تطور البيع التنافسى للصـــناعة المميزة على مستوى كبير فى القرن التاسع عشر ، وهو يشكل الآن حوالى ٦٠٪ من دخل المجلة .

المصدر الثالث : الاشتراكات :

أو اشتراكات الجمهور ، القراء فى الجرائد والمجلات ، والمشاهدين والمستمعين فى الراديو والتليفزيون فى شكل رسوم الترخيص أو الحيازة التى تعد فى بعض البلاد (مثل بريطانيا) مصدرا رئيسيا للتمويل ، والقراء يدفعون قيمة اشتراكاتهم فى الجرائد والمجلات الى دور النشر ، امـــا المشاهدين والمستمعين فيدفعونهـــا الى الحكومة التى تدير محطـــات الاذاعة .

المصدر الرابع : الدعم الرسمى :

ويظهر هذا النوع من الدعم الرسمى للوسائل الثقافية والاعلامية فى الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث ، ويصل هذا الدعم الرسمى (الحكومى أو الحزبى) الى هذه الوسائل الاتصالية والاعلاميـة عبر جسور متنوعة : الدعـم الحكومى المباشر للصحف ، مخصصات الحزب الحاكم الاعلامية ، تعويض خسائر الصحيفة (جريدة أو مجلة) ، توزيع الاعلانات الحكومية على الجرائد والمجلات أو محطات الراديو والتليفزيون بشكل مركزى حكومى (مثل الدار الوطنيـة للنشر والتوزيع والاعلان فى بغداد التى تقوم بتوزيع الاعلانات الحكومية على كل وسـائل الاعلام العراقية) ، وقد يكون الدعـم من خلال توقيع عقـود شراء نسـخ أى اشتراكات طويلة الاجل لعدد كبير من النسخ .

تلك هى المصادر المتوقع الحصول على تمويل للمجـلة منها ، بعد صدورها واستمرارها ، ولكن من أين تحصل المجـلة على احتياجاتهـا المالية الى أن تصدر ؟! يمكن تدبير ذلك من خلال :

١ ــ راس المال :

وهو المبالغ التى يساهم بها المؤسسون فى اقامة المشروع ، ومـا يجمع من المدخرين الذين يرغبون فى استثمار أموالهم نظير حصولهم على حصة من الارباح نظير ما يشترونه من أسهم ، وهذه المبالغ تستخدم فى التأسيس وشراء الاصول الثابتة ، وهذا قد يكون كافيا للتشغيل فى المرحلة الاولى من حياة المجلة .

٢ ــ القروض :

التى يمكن الحصول عليها من البنوك والمنشآت المالية ، ولا ينبغى بحال ان يعتمد المشروع فى تمويل اصوله الثابتة على القروض ، حيث أن للقروض اجلا معينا ، لابد من سداده حينما يحين ، امـا تمويل الخامات والبضائع فيمكن ان يتم عن طريق القروض قصيرة الاجل ، والتى يتفق موعد استحقاقها مع موعد تحصيل الديون التى تستحق للمشروع .

وفى بعض الحالات تعتمد المشروعات الاقتصـادية على القروض الطويلة فى الأجل لمواجهة التوسعات والعمليات الانشائية التى تدر عائدا محسوبا بدقة بعد فترة محددة تتفق مع تاريخ استحقاق القرض ، بحيث يكون ذلك العائد موثوقا ، واذا تعذر الحصول على القروض الطويلة فى الاجل ، قد يعتمد المشروع على اصـدار سـندات كل منها بقيمة محددة

ولاجل معين محدد ، ويمنح صاحبه فائدة معينة ينص عليها فى شـــــهادة السند .

٣ ــ التسهيلات الائتمانية :

التى يمنحها الموردون للمشروع والتى ينص عليها فى عقود التوريد ، حيث يقبل بعضهم أن يورد خامات أو آلات (حبر ــ ورق ــ رصاص ــ زنك ــ افلام ــ آلات جمع ــ طباعة ــ حفر) على أن يتقاضوا قيمتها على اقسام على فترة زمنية مستقبلة .

٤ ــ ما تمنحه الدولة من اعانات أو ما تخصصه له من اعتمادات :

فاذا ما رأت أن للمشروع أهمية خاصة فى الاقتصاد القــومى أو سد حاجة المستهلك (القارىء هنا) الرئيسية (٤٨) (مثل انشاء حكومة الثورة ــ فى عهد الرئيس جمال عبد الناصر ــ دار التحرير للطبـــاعة والنشر ، واصدارها لمجلة بناء الوطن) .

٣ ــ حساب نفقات الاصدار ووضع الميزانية التقديرية

فى حساب نفقات اصدار مجلة نعالج ناحيتين (٤٩) :

الاولى وتتعلق بالتحرير :

وتختلف طريقة حساب تكلفة تحرير المجلة ، فالبعض يحسب تكاليف التحرير بعد تحديد أعداد المحررين الاســاسيين والــكتاب الاحــرار (المصاحفين) من الخارج ، وكذلك الموظفين الاداريين المعاونين لهم فى باقى ادارات المجلة الاقتصادية والفنية والتجارية وحساب اجــورهم ، والبعض الآخر يحسب التكاليف برصد ميزانية لكل صفحة تحريرية ، ولا ينبغى لرئيس التحرير ــ باية حجة كانت ــ ان يتعدى الحصة المخصصة له ان لم يكن على مستوى الصفحة ، فعلى الاقل بالنسبة للعدد الواحد ، ولا يمكن قبول أى استثناء ، فالتجربة أوضحت أن التجاوزات لا تسترد من عدد آخر . أما اذا رأت الادارة العامة ذلك لسبب استثنائى فيمكنها أن تقرر اعتمادا استثنائيا ، ويمكنها أن تموله من ميزانية مخصصة لبند آخر ــ غير التحرير ــ كنوع من الاحتياط .

والناحية الثانية تتعلق بالصناعة :

وتتكون نفقات المجلة الصناعية من نوعين من النفقات ــ كأى نشاط صناعى آخر ــ وهما :ــ

(١) النفقات الثابتة وتشمل :

١ ــ الجمع	La Composition
٢ ــ النقش التصويرى	La Rotogravure
٣ ــ التوازن (اللصق)	La frais de colage

(٢) النفقات المتغيرة وتشمل :

١ ــ الورق
٢ ــ الطباعة
٣ ــ التغليف ــ التجليد .
٤ ــ النقـــل .

وفى حساب سعر التكلفة ينبغى التركيز على معــرفة هـــذه المعلومات :

ــ سعر الورق والطباعة (لكل ملزمة) .

ــ سعر التغليف ، والتجليد والنقل (لكل نسخة) .

ــ ملخص النفقات الثابتة والمتغيرة طبقا لطبيعة النفقات (نفقات سابقة ولاحقة) .

ــ ملخص النفقات لكل نسخة .

وبعد تجميع المعلومات السابقة يمكن الوصول الى :

ــ التقدير الجزئى لتكاليف كل عدد من الصفحات،أو لكل رقم من التوزيع.

ــ مقارنة رقم التوزيع بالنفقات المرتقبة مع الميزانية .

ــ السعر المتوسط والسعر الحدى سواء للنسخة أو لألف صفحة (٥٠).

الميزانية التقديرية :

على أساس المعلومات السابق التوصل اليها يمكن وضع الميزانيـــة التقديرية للاستثمار والتى تشمل النفقات الثابتة ، والميزانية التقديرية للتشغيل ، ونقارن مصادر التمويل ونختار انسبها ، ونضع خطـــة للتمويل على أساس :

(أ) تحديد مصادر التمويل وكمية راس المال التى يمكن الحصول عليها من كل منها وطريقة تجميعه .

(ب) سياسات التمويل .

(جـ) جدول زمنى لعملية تجميع راس المال .

بعد ذلك يتم تجميع راس المال ، وعلى أساس راس المال المتوافر يتم تعديل الميزانية العامة للمشروع لتشمل تفصيلا دقيقا للاستثمارات والمصروفات الجارية .

وبالحصول على الدفعات الاولى من راس المال يمكن البدء فى تجميع الموارد البشرية وتنسيق خطواتها بحيث يستكملا فى نفس الوقت تقريبا وذلك حتى يمكن الشروع فى عمليات التنفيذ فى اقرب وقت (٥١) .

ثالثا : قرارات على المستوى الفنى

يواجه المخطط لاصدار مجلة بمجموعة من البدائل والخطط والطرق والاشكال الفنية وعليه دراستها بشكل جيد ، لاختيار افضلها لمجلته ، واتخاذ قرارات أساسية تتعلق بالتصميم الاساسى للمجلة ، واختيار نوع الطباعة ، واسلوب الجمع ، ونوع الورق ، ونوع الحبر ، ثم الوصول الى اتفاق مع طابع بعد اتخاذ هذه القرارت التى على أساسها سيتحدد « شكل » المجلة .

١ ــ التصميم الاساسى للمجلة Basic Design

التصميم الاساسى لمجلة ما يتكون من تلك العناصر التى تتعلق بالمظهر وهى تبقى ثابتة نوعا ما ، وينبغى أن يبقى كذلك لفترة والا فان القارىء لن يتعرف بسهولة على صديقه القديم (٥٢) .

ويرتبط التصميم الاساسى بشكل وثيق بالسياسة التحريرية الاساسية ، وعلى الرغم من عدم اشتراك رئيس التحرير ومعاونيه فى هذه العملية ، بقدر اشتراك المصمم او المشرف الفنى وسكرتير التحرير ، الا أن مسئولية رئيس التحرير ــ الذى لابد وأن تكون لديه فكرة جيدة واضحة عن هدف المجلة وغرضها ورسالتها ، أن ينقل هذه الفكرة الى المسئولين عن وضع التصميم الاساسى للمجلة ، وتكون مهمة هؤلاء المسئولين بعد ذلك هى الوصول الى قرارات بالنسبة للعناصر التالية : ــ

١ ــ عنوان المجلة Title :

لابد وأن يتم اختياره بعناية ، ينبغى أن يتصف بالوضوح ، وسهولة النطق ، والترديد ، والشيوع ، وغالبا ما يتكون من كلمة واحدة ، ترتبط بغرض المجلة ، وأن يعد فنيا (يجمع ــ يرسم ــ يكتب) بشكل جيد ، لانه سوف يلازم المجلة طوال حياتها .

٢ ــ القطع Format :

ومعناه ابعاد المجلة (طولها وعدد أعمدتها) ، وقد تستعمل الكلمة Format لتصف أساليب اخراج المجلة وبرنامجها العام (٥٣) .

وهناك ٤ تصنيفات للمجلة من حيث القطع (٥٤) هى :

التصنيف	الابعــــاد	نمــــاذج
الكبير Large	٢٨×٤٠سم (٤ عمود × ١٧٠ سطرا)	Bbony الامريكية ، و « الحوادث » البيروتية ، و « آخر ساعة » .
المسطح Flat	٢٥×٣٥ سم (٣ عمود × ١٤٠ سطر)	Newsweek ، وحواء وروز اليوسفوصباح الخير والكواكب والصياد .
العــادى Standard	٢٠×٢٨ سم (٢ عمود × ١١٩ سطر)	National Gcographic
الجيب أو الصــغير Pocket & Small	١٤×٢٠ سم (٢ عمود × ٨٥ سطر)	Reader's Digest, الهلال ، العربى ، طبيبك الخاص .

وقد هجر عدد كبير من الناشرين القطع الكبير ، وفقد الحجم الصغير أو حجم الجيب تفصيله باستثناء الــ Reader's Digest

٣ ــ عدد الصفحات لكل طبعة :

وهناك اتجاه لتخفيض عدد الصفحات فى كل المجلات ، بسبب النقص المستمر فى الاعلانات ، ويرجع ذلك الى منافسة التليفزيون وارتفاع أسعار الورق ــ ولكن المجلات عادة ما تزيد صفحاتها بزيادة الاعلانات ، ونادرا

ما نجد الآن مجلة تستقر على عدد محدد للصفحات ، بل تحدد معظم المجلات رقما تدور حوله زيادة ونقصانا .

٤ ـ القطع العام لصفحة المجلة : Time

ومساحة المطبوع منها .

٥ ـ دورية الصدور :

أسبوعية ، نصف شهرية ، شهرية ، ربع سنوية ، نصف سنوية أو سنوية .

٦ ـ وزن المجلة :

يتوقف هذا على وزن الورق ونوعه .

٧ ـ تصميم الغلاف :

أين ستوضع اللافتة Name Plate (اسم المجلة : عنوانها) ؟ وكيف ؟ وما الشكل الفنى الذى سوف يظهر الغلاف به ؟ أو الطابع الثابت ؟

٨ ـ نوع الطباعة :

بارزة ، غائرة ، أم ملساء ؟ (٥٥) .

وفى بعض الاحيان قد ينسى المصمم فى حماسه لتصميمه وظيفة التصميم ، مثله مثل مصمم العربات ، يبحث عن الجمال والمتعة البصرية، بينما عليه أن يضع تصميمات تمتع البصر ويكون لها مبرر وظيفى فى وقت معا (٥٦) .

لذلك ينبغى عليه أن يفكر دائما فى قرائه : من حيث الجنس ، العمر ، الاهتمام ، المستوى الاقتصادى ، والتعليمى .

ويسأل دائما : ما الغرض من المجلة ؟ وكيف يمكن للمجلة أن تحقق ذلك الغرض ؟

وتكون الاجابة عن طريق أنماط معينة من المضمون الذى يوضع فى شكل فنى مناسب ، وقد يقفز سؤال آخر الى الذهن : هل سيحتاج

القراء الى قراءة قدر معقول من المتن ؟ أم أن الجـــزء البصرى (المحتوى على الصــــور والرسوم) هـــو الاساس وسيكون له قيمة كبيرة فى تحقيق أغراضـــــــه ؟.

٢ ـــ اختيار نوع الطبــاعة

اتسـاع نطاق عمليات الطباعة ، والتقدم التكنولوجى المضطرد ، فى اساليبها ، جعل عملية اختيار نوع الطباعة شــيئا صعبا ، وعلى الرغم من ذلك فهنــاك عوامل نسـتطيع عن طريقهـــا ، تقــدير اى أنـــواع الطباعة صــالح ومناسب ومثــالى لطباعة مجلة ما ، وتشــمل هــذه العوامل (٥٧) :

١ ـــ امكانية الحصول عليها	A Vailability
٢ ـــ التكلفة	Costs
٣ ـــ آخر موعد لوصول المواد الى المطبعة	Read line
٤ ـــ عـــدد النســخ	Number of copies
٥ ـــ نوع الورق	Type of paper
٦ ـــ استعمال الصـــور	Use of photographies
٧ ـــ مستوى الجودة	Quality level

ولعل مقارنة سريعة لطرق الطباعة الثلاث الرئيسية تشرح كيفيمكن للمخطط أن يتخذ قرارا باختيار نوع من أنواع الطباعة الثلاث لطبع مجلة ، ونقا للعوامل السابقة .

(أ) الطباعة من المسطح البارز Letter Press

تعتبر أكثر طرق الطباعة شيوعا واقدمها واوسعها انتشارا ويصطلح على تسميتها « عمليا » ـــ تيبو ـــ ، وتطبع بها جميع الجرائد ومعظم الكتب وبعض المجلات ، وعدد من المطبوعات ، وتنقسم الى نوعين : الطباعة المسطحة بنوعيها المباشرة وغير المباشرة ، والطباعة الــدوارة « الروتاتيف » والتى تطبع بها الجرائد وبعض الكتب والمجلات (٥٨) .

واهم سمات الطباعة البارزة :

* سرعة عالية ، وكفاءة فى طباعة احجام منوعة من المطبوعات ، الملونة أو الاسود والابيض فقط .

* كفاءة عالية خلال دورانها .

* اللوحات الطابعة تكون بشكل عام اكثر تكلفة عن مثيلتها فى الطباعة من المسطح الاملس (الملساء) ولكنها اقل تكلفة تقريبا من الطباعة من السطح الغائر .

* قدرة على الطباعة من الجمع اليدوى أو الآلى للحروف ، وأيضـــا من اللوحات الطباعية الاصيلة أو المنسوخة .

* اللوحات المنسوخة (طبق الأصل) تـــكن اغلى نســـبيا واكثـــر انواعها استعمالا هى الالكتـــروتايب والســـتريوتايب ، واللـــوحات البلاستيك والمطاط .

* تطبع بشكل جيد على ورق الكتب ، وفى حالة طبع لوحات ظليـــة halftones ينبغى أن يصقل الورق Calendered أو يلمس Coated .

* قبول للورق من اى سمك ابتداء من أرق الانواع الى اسمكها .

* عندما يتم الطبع من حرف معدنى أصلى أو سالبيات ، يمكن تغيير أى حرف من المطبوع بدون الحاجة لطباعة كل اللوحات الجديدة .

* قدرة على الطباعة قصيرة المدى من حروف وكليشيهات ، التى تناسب المطبوعات التى تتطلب ترقيما كالتذاكر والاستمارات ، والبطاقات ، والمطبوعات الطويلة الدقيقة الدوارة حيث يمكن استهلاك اللـــوحات المعدنية الطابعة عبر عدد من الطبعات .

* استخراج التجارب (البروفات) رخيص نسبيا .

* تتطلب كثيرا من الوقت للتحضير النهائى للكليشيهات ، ونحوها بوضع الورق المقوى تحتها لكى تبرز على نحو متساو (لا تفـــاوت فيه) لتعوض عن السمك المنوع للمواد المستعملة : الحروف ، اللوحات الطابعة ، الكليشيهات .... الخ (٥٩) .

٢ ــ الطباعة من الســـطح الغائر Rotogravure

وهى عكس الطباعة من السطح البارز ، حيث تكون الحـــــروف والأشكال المراد طبعها محفورة وغائرة فى السطح وليست بارزة عالية . وتنقسم طرق الطباعة الغائرة كذلك الى نوعين هما : الطباعة الغـــائرة المسطحة (*) والطباعة الغائرة الدوارة ، والاخيرة اكثـــر شـــيوعا

(*) طبعت مجلة المصور بهذه الطريقة فى سنوات صدورها الاولى .

واستعمالا فى عـــدد كبير من المجلات ، خاصة المصورة ومن امثلتها كـــل مجلات دار الهلال والمصور ، حواء ، الكواكب ، سمير ، ميكى ، الهلال) ، وكذلك مجلتا السينما والمسرح ، والسينما والناس ، وعدد من المجلات المتخصصة ، والتى تستخدم الالوان بنسبة كبيرة ، كمـــا اســـتعملتها بعض الجرائد المصرية لفترة — لطبع الملاحق Supplements أو الاقسام الاضافية بها Insertions التى كانت تصدرها بعض جرائدنا فى بداية السبعينات مثل : ملاحق الاخبار ، والجمهورية ، والصفحة الاخيرة — الموضوع الرئيسى العلوى — المصور فى جريدة الاهرام .

ويصطلح على تسمية هذا النوع من الطباعة « بالروتوغرافور » .

واهم سمات الطباعة من السطح الغائر : —

* كفاءة عالية ، وطباعة سريعة للمواد المطبوعة الملونة وغير الملونة .
* كفاءة متسقة خلال الدوران .

* تعطى نتائج جيـــدة فى الالوان والاسود والابيض عن كـــل أنـــواع الطباعة .

* أكثر اقتصادا للطبعات ذات الاعمدة الضخمة Long runns فى سرعة عالية وبوضوح تام ، والطبعات ذات الاعمدة القليلـــة Short runs يمكن ان تطبع بسعر افضل من سعر الطباعة من السطح البارز أو الطباعة من السطح الاملس وبالجودة نفسها .

* تكلفة اللوحات المعدنية أو الاسطوانات اغلى من لوحات الطبـــاعة من الســـطح البارز أو الاملس ، وكذلك عمـــل نســـخ منها ، ولـــكنها تدوم وقتا أطول .

* قدرة على الطبع على الاسطح مختلفة النوعية ، ولكن نتيجة الطبع على الورق الأملس أو المصقول تكون أفضل ، وكذلك يكون الطبـــع جيدا على الورق الرخيص غير المصقول ، ومثـــال ذلك مـــلاحق الاحـــد Sunday Supplements التى تطبع بالطريقة الغـــائرة فى المملكة المتحدة مثلا .

* التصحيحات Conglomerates تكلفتها عالية لانها تتطلب لوحا معدنيا جـــديدا .

* التجارب Proofs (البروفات) تكون اعلى تكلفة عنها فى كل من الطباعة من السطح البارز أو الاملس .

* أفضل لطباعة الصور ذات الدرجات اللونية Tones المستمرة ، عنها فى الطباعة من السطح البارز خاصة تلك التى تكون لها زوائد رفيعة Strankes أو حروف ذات زنابات Serifs أو فى حجم اقل من بنط ۹ .
* تعطى تأثير قويا فى الدرجات اللونية المستمر (٦٠).

٣ ــ الطباعة من السطح الاملس Lithography

وتقوم نظريتها على قاعدة ان الماء والدهن لا يمتزجان ، وكان الاصل فى هذا النوع من الطباعة استخدام الحجر الجيرى ليكون هو السطح الطابع على أساس معالجته كيميائيا ونقل الاشكال المطلوب طباعتها عليه باستخدام حجر وطباشير دهنى ثم ترطيبه بالماء وتحبيره ثانية بالحبر الدهنى حيث يعلق بالاجزاء المراد طبعها ولا يعلق بالاجزاء الاخرى فتظهر بيضاء عند اجراء عملية الطباعة ، غير أن هذه الطريقة كانت تتسم بالبطء الشديد فضلا عن التقصير الذى يشوب عملية اعدادا السطح الطابع واتمام الطباعة ، مما دعا الى ضرورة تطويرها لتصبح أيسر وأسهل وادق ، وبالفعل استبدل الحجر الجيرى بالالواح المعدنية الرقيقة كما استخدم التصوير الفوتوغرافى فى نقل الاشكال الى سطح هذه الالواح فضلا عن استخدام الطباعات الدوارة (٦١) .

ويصطلح على تسميتها فى مطابعنا : بالاوفست ، ويستخدم هذا النوع من الطباعة فى طبع معظم المجلات العالمية مثل Paris - Match, Life, News week, Time وفى مصر يستخدم فى طبع اغلفة بعض المجلات العامة المصورة مثل آخر ساعة والمصور وبعض ملاحقها واعلاناتها .

ومؤسسة روزاليوسف اولى الدور الصحفية التى ادخلت هذا النوع من الطباعة ، حيث تطبع به الآن : مجلات روز اليوسف ، صباح الخير ، تجارة العرب ، الوادى والكتاب الذهبى ، وكل المطبوعات التجارية التى يقوم بتنفيذها القسم التجارى .

وأحد شمؤسسة صحفية فى مصر ، وهى مؤسسة اكتوبر تستعمل هذه الطريقة فى طبع المجلة التى تصدرها وهى مجلة اكتوبر منذ عام ١٩٧٦ .

وأهم سمات الطباعة من السطح الاملس :

* قدرة على طبع مطبوعات من احجام متنوعة ، ملونة وغير ملونة وبتكلفة رخيصة نسبيا .

* تتطلب مزيدا من الانتباه عن الطباعة البارزة أو الغائرة للاحتفاظ بالصورة متسقة خلال الطباعة .

* اللوحات الطابعة تكون رخيصة نسبيا وتتطلب وقتا قصيرا لتجهيزها بالمقارنة باللوحات الطابعة فى الطباعة من السطح البارز والغائر .

* اللوحات المنسوخة تكون أقل تكلفة .

* اللوحات الطابعة يمكن أن تطبع من سالبيات الفيلم أو ايجابياته .

* كفاءة عالية فى الطباعة على الورق الاملس والمصقول ، وقدرة على الطباعة الفعالة على الورق ذى السطح الخشن أيضا .

* التصحيحات Corrections تتطلب تجهيز لوحة جديدة ولكن اللوحات ليست غالية التكلفة .

* التجارب Proofs (البروفات) يمكن سحبها اما علىآلة الطباعة نفسها ، أو بواسطة آلات خاصة للتجارب .

* تعطى المصمم حرية ابداعية كبيرة وتنويعا كبيرا ، ومن السهل طباعة الظليات halftons ، والدرجات اللونية (الـ tones) الناعمة والدقيقة (٦٢) .

٣ ــ اختيار اسلوب الجمع

هناك أربعة أساليب لجمع الحروف Typestting فى أى مطبوع صحفى وهى :

١ ــ الجمع اليدوى Handset

وفيه تجمع الحروف باليد ، ولم يتغير هذا الاسلوب منذ عصر جوتينبرج فى القرن الخامس عشر ، فمازال عامل الجمع (الجميع أو الموضب) يعمل بالادوات نفسها : الصندوق والمصف وجدول المصف التى تضم داخلها مجموعة (أطقم) الحروف الطباعية المسبوكة باحجام مختلفة وادوات معينة يستعين بها العامل على انجاز مهمته . ويعيب هذا الاسلوب البطء الذى لا يناسب احتياجات الصحافة فى القرن العشرين .

٢ ــ الجمع الآلى Machine set

وفيه تجمع الحروف آليا ، ويتم تشكيل الحرف من المعدن المصهور . لهذا السبب قد يسمى الحرف (المجموع آليا) بالحــرف الساخن hot type

وقبل ان يتم الوصول الى أســلوب الجمع التصــويرى ، كان الجمع الآلى اكثر انواع الجمع استعمالا ، وهناك أربـــع آلات شهيرة للجمع الآلى :

(أ) آلة اللينوتيب Linotype :

تتميز بجمعها الحروف سطرا سطرا ، وتوفر الوقت والجهــد ، ولكن اى خطأ فى الســطر يستدعى جمعـــه كله ، وهى تصلح للجرائد والمجلات .

(ب) آلة المونوتيب Monotype :

وتتميز بجمعها للحروف حرفا حرفا ، وتأخذ وقتا وجهدا ، واذا حدث خطأ يستدعى ذلك اعادة جمع الحروف فقط ، وتصلح لجمع متن الكتب والمطبوعات الدقيقة .

(جـ)آلة الانترتيب Intertype :

وتجمع الحروف سطرا سطرا ، ولهذا تســمى اللينوتيب والانترتيب احيانا الــ Line Casting Machine أى آلات الجمع السطرى ، وهذه الآلات الثلاث تستخدم لجمع المتن ــ اما العناوين فكانت ترسم بالريشة على يد الخطاط ، حتى ظهرت آلة خاصة بجمع العناوين .

(د) آلة لدلو Ludlow :

وهى متخصصة فى جمع العناوين من أبناط مختلفة ، وان كانت بعض المجــلات المصرية حتى الآن ، لا تســتعمل فى كتابة عناوينها الا ريشة الخطــاط .

٣ ــ الآلة الــكاتبة Typewriter

وفيه يتم جمع الحروف عن طريق الآلة الكاتبة وتسمى هذه الطريقة بالــ Typewriter Composition ، أو الــ Typography وتســتعمل فى المطبوعات التى ترصد لها ميزانية قليلة ، ولا نحتاج فى المتن الا للحروف

فقط ، بدون صور أو رسوم ، وتزود بوحدة حاسب الكترونى ، وشريط ممغنط ، وهى مرتفعة التكلفة وغير شائعة فى الصحف أو المجـلات ، ولا تستعمل فى مصر الا فى مؤسسة الاهرام .

٤ ـ الجمع التصويرى Photocomposition

أحدث تطور فى صناعة آلات الجمع ، وهو اسرع وأرخص ـ نسبيا ـ واكثر اساليب الجمع مرونة بوسائل تصويرية وتصلح آلاتـه للاستخدام مع الطباعة من السطح الاملس (الاوفست) أكثر من غيرها (٦٣) ادخلته جريدة الاهرام مؤخرا ، ويستخدم الآن فى جمع الحروف فى مجلة اكتوبر ، ومجلتى روزاليوسف وصباح الخير ، وادخلته مؤخرا مؤسسة التعاون وتطبع به بعض صحفها .

٤ ـ اختيـار نوع الورق

يشكل الورق عنصرا اساسيا فى العملية الطباعية : فميكانيكيا انتاج المجلة مثلها فى ذلك مثل اى مطبوع آخر تتضون من ثلاثة عناصر رئيسية : الحروف والكليشهات (السطح الطابع) والحبر والورق .

ويصنع الورق من لب الخشب او من القش او القنب او النبـات او الخيزران أو الجوت ، أو من بقايا نسيج الكتان أو القطن أو الخيش، بسطها حتى تصير على شكل ورق دقيق بسمك معين ، وتعامل بعض أنواع الورق ـ بعد انتاجه ـ بالصقل ، عن طريق الضغط أو باضـافة مواد أخرى تكسبه لمعانا وزيادة فى الوزن (٦٤) .

الورق المستعمل فى الطباعة :

هناك خمس فئات رئيسية للورق الذى يستعمل فى الطباعة هى : ورق الجرائد Newsprint ، وورق الكتاب Book Papers ، وورق الكتابة Writing Papers ، الورق المقوى Card Boards ، والورق الشيئت Miscellaneous .

الفئة الاولى : ورق الجرائد Newsprint

وهو ورق رخيص يصنع من الشجر الخشن ، وكما يبدو من الاسم يستعمل فى طباعة الجرائد ، والايصالات والاعلانات والمنشورات ، كما يستعمل فى طباعة المجلات Comics ، والمجلات المطبوعة على ورق رخيص Pulp التى تسمى بهذا الاسم Pulpies أو Pulps نسبة لنـوع الورق .

وقد يكون هذا الورق خشنا ، تنفذ اليه السوائل لدرجة انه لايتحمل عمليا الحفر engravings ، باستثناء الكليشيهات الخطية Line cuts فقط ، وتستعمل الجرائد والمجلات نوعا من ورق الجرائد يناسب الحصول على كليشيهات شبكية خشنة .

الفئة الثانية : ورق الكتاب Book Papers

ويأتى فى عدة أوزان وتشطيبات مختلفة ، ويتألف من أفرخ ناعمة تنفذ منها السوائل الى الدرجات الناعمة من الورق الناعم المصقول ، ويستعمل فى طباعة الكتب والمجلات والكتالوجات والبرامج والنشرات والادلة ،ويضم ورق الكتاب عدة أنواع :

١ ــ الورق المشطب آليا Machine finished

وهو ورق رخيص ، ولكنه اجود عن الـ Newsprint ، وله كفاءة تؤهله ليكون الورق المفضل للمجلات ذات التوزيع الكبير ، ويتم تنعيم هذا النوع من الورق بتمريره بين اسطوانتين للتنشيف ، وهى عملية «تنعيم» أو « تلميس » calendering ، ويعطى هذا النوع نتائج جيدة بالنسبة للمواد المصورة ، وان كان لايعطى تفاصيل الصورة جيدا .

٢ ــ الورق البالغ الصقل Super Calendered

نوع يتميا بالخشونة ، وسطحه لامع يتشرب الحبر ، افضل من سابقة ويستعمل فى الطباعة الفاخرة كالمجلات الدعائية والاعلانية .

٣ ــ الورق المرتب حسب حجمه والبالغ الصقل
Sized and Super calendered

الورق الاخشن من سابقه ، والافضل لطباعة المواد الظلية والصور .

٤ ــ الورق المصقول اللامع Coated Enamel

وهو افضل للظلال الناعمة ، أعلى سعرا ، وسطحه انعم ، ويسمى بالورق المصقول ، ويتمتع بقدرة على البقاء ، ووزنه اثقل من النوعين السابقين .

٥ ــ الورق الاوفست Offset Paper

وهو مقاوم للماء ، لذلك نجده يضع خصيصا ليلائم الطباعة من السطح الاملس (الاوفست) .

٦ ــ **الورق العتيق** Antique Paper

ورق ناعم ، تنفذ اليه السوائل ، ويستعمل اساسا لطباعة الكتب، حيث الصور غير ضرورية ، ولطبع الادلة وبرامج الدعاية .

٧ ــ **الورق الانجليزى المصقول** English Finished

ويشبه الورق العتيق ، ولكنه انعم .

٨ ــ **الورق المصقول الخصوصى** Special Finished

لمطبوعات الاكثر تكلفة والاغلى سعرا والتى تهدف لاحـدا ثتأثير بصرى قوى وخاصة تلك التى تتطلب ورقا املسا ذا سطح مصقول صقلا جيدا وغالبا ما يكون ثقيلا ، ويشمل هذا النوع داخله اصـناف من الورق مثل :

Stain Pebbled, Wover Paper, Laid paper, Liverfinishes finish,

الفئة الثالثة : ورق الكتابة Writing papers

ويستعمل هذا النوع فى الكتابة ، وقد صنع هذا الورق ليتلقى حبر الاقلام وحبر الطباعة ، وبعض انواع هذه الفئة تحتوى على انسـجة من خرق الملابس Reg Fibres ، ويسمى Reg content paper ، وقد يعرف بالاسماء التالية : Bonds Ledgers Mimograph Bonds.

الفئة الرابعة : الورق المقوى Card Boards

وهو نوع خشن سميك ، ويستعمل فى صنع أوراق التـذاكر ، والملفات والملصقات والمطبوعات التى تتطلب ورقا سميكا خشنا واغلفة الكتب ومن مشتقاته الـ chip boaxd ، والـ Gray Colourd Board وهو أرخص .

الفئة الخامسة : الورق الشيئث Miscellaneous

ويتدرج تحتها انواع اخرى ، كالورق المصمغ بصبغة مصـقولة على وجـه واحـد Gunmed Paper with glue coating one side وكذلك الورق الخفيف الرفيع الذى يستعمل كافرخ ثابتة فى صنع خطابات البريد الجوى ونوع آخر سميك له قدرة على الامتصاص .

كانت هذه هى الفئات المختلفة للورق .. فماذا عن أصناف الورق الموجودة فى السوق المصرية من حيث الوزن (وزن المتر المربع منـــه بالجرام) ، ومقاس الفرخ منه ؟ هـــذه هى الاصناف المتـــوفرة من الورق فى السوق المصرية :

١ ــ **الجرنال** : وزنه ٥٢ ــ ٦٠ جرام ، مقاس ٧٠×١٠٠ سم ، وهو ورق خشن الملمس داكن اللون ، وتطبع عليـــه الجرائد والمطبوعات الاعلانية الرخيصة .

٢ ــ **الساتينيه** : وزنه ٦٠ جرام ، و ٦٢ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٨ سم وهو انعم ملمسا من ورق الجرنال وداكن اللون كذلك ، واغلى قليلا منه فى الثمن ، وتطبع عليـــه المجلات والمطبوعات الاعلانيـــة غير القيمة .

٣ ــ **ورق الطبع الابيض** : واوزانه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ ، ١٠٠ ، ١٢٠ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ومنه ما هو ناعم (ســـوبر) ، وما هـــو خشن الملمس ، ويســـتخدم فى طباعة الكتيبات ودفاتر البيانات وغيرها ، كما أن الناعم منه يصلح لطباعة الالوان .

٤ ــ **الازوريه** : وهو ورق سماوى اللون مشرب بالخضرة ، زنة ١٠٠ جرام ، مقـــاس ٧٠×١٠٠ سم ، ويستخدم فى طباعة الخطابات القيمة ودفاتر الســـجلات التى يدوم استعمالها فتـــرة طويـــلة من الزمن .

٥ ــ **الكوشيه** : وهو ورق أبيض ناعم الملمس يغطى أثناء انتاجه بطبقة من الطين الخزفى تكسبه سمكا ولمعانا ، وأوزانـــه تتراوح بين ١٠٠ و ٢٥٠ جرام ، ويستخدم فى المطبوعات الراقيـــة ، وبخاصة اذا احتوت على صور والوان ، ويصلح للمطويات والكتيبات واغلفة المجلات وما اليها .

٦ ــ **المانيفولد** : وهو ورق خفيف يتراوح وزنه بين ٣٠ ، ٤٠ جرام ، ومقاسه ٥٦×٨٦ سم ، ويستخدم فى صور الخطابات أو المستندات ، ويطلق عليه أحيانا اسم « ورق الارز » وتتوفر منه خمســـة الوان هى : الابيض ، والفستقى ، والسماوى ، والبمبى ، والاصفر .

٧ ــ **البرشمان** : وزنه ٦٠ جرام لامع ، مقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، وتتوفر منه ثلاثة الوان هى : الاصفر والبمبى والسماوى ، ويستخدم فى طباعة الخطابات التى لها أهمية خاصة .

٨ ـ **الافيش** : وهو أبيض أو ملون لامع من أحد وجهيه وخشن من الوجه الاخر ، ووزنه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ٧٠×١٠٠ سم ويصلح لطباعة الاعلانات الملصقة .

٩ ـ **السلفيت** : زنة ٤٠ ، ٥٠ جرام ، ومقاس الفرخ ٧٠×١٠٠ سم ، ويتوفر منه لونان هما الابيض والاصفر الفاتح ، وله وجه ناعم والآخر خشن ، ويستخدم فى طباعة البطاقات التى تلصق على الزجاجات .

١٠ـ **الكرومو** : زنة ١٠٠ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، وأحد وجهيه أبيض ناعم ، والآخر خشن ، ويستخدم فى طباعة البطاقات التى تلصق على الصفيح .

١١ـ **الورق الذى يتشرب الحبر** : وهو ورق خشن يستخدم فى نسخ صور الموضوعات المكتوبة على ورق الاستنسل ، وهو يتشرب الحبر فورا ، ووزنه ٦٠ أو ٧٠ جرام ومقاس الفرخ منه ٦٦×٨٦ سم .

١٢ ـ **البريستول** : وهو ورق ثقيل الوزن منه ما هو ناعم الملمس وما هو خشن شيئا ما ، ويستخدم فى أغلفة الكتب او طباعة بطاقات الزيارة أو الدعوة ، وهو من أوزان تتراوح بين ١٨٠ و ٢٥٠ جرام، ومقاس الفرخ منه ٧٠×١٠٠ سم .

١٣ـ **البرسبان** : وهو ورق ناعم لامع من الوجهين ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقاس ٧٠×١٠٠ سم ، ومن الوانه الازرق ، والاحمر والاخضر والبنى ، وكلها داكنة ، ويستخدم فى عمل الدوسيهات وأغلفة الكراريس والكتب .

١٤ـ **الورق العاجى** : وهو ورق منقوش السطح غير ناعم الملمس ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقاس ٧٠×١٠٠ سم ، ومنه ألوان هى الفستقى ، والبمبى والاصفر ، ويصلح لاغلفة الكتب وبطاقات الدعوة .

١٥ـ **الدوبلكس** : هو ورق ثقيل الوزن حيث يتراوح بين ١٢٠ و ٢٥٠ جرام ، مقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، واحد وجهيه أبيض ناعم ، والاخر خشن ، ويستخدم فى صناعة العلب الورقية (كعلب السجاير والدواء والمنظفات الصناعية) .

١٦ـ **الكرتون** : وهو ورق ثقيل جاف ، منه ما هو رمادى اللون وما هو

ابيض ، ويستخدم الرمادي منه فى صناعة بعض انواع العلب (كعلب الاحذية) وفى اغلفة السجلات وتغليف الكتب القيمة ونتائج الحائط بعد تغليفه بنوع آخر من الورق أو القماش ، أما الكرتون الابيض فيستخدم فى طباعة نتائج الحائط او لوحات العرض فى المتاجر أو بطاقات الاسفار وما اليها ، ويتراوح وزن الكرتون بنوعيه ما بين ١٠٠ و ٣٠٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ٧٠×١٠٠ سم .

١٧ـ **المانيللا** : وهو ورق لين الى حد ما ، يستخدم فى صناعة الدوسيهات، وطباعة اغلفة الكتب ، ووزنه ٣١٠ جرام ومنه مقاسان هما ٥٦×٧٦ سم ، و ٧٠×١٠٠ سم ، ومنه الوان هى : البمبى والفستقى والسمنى .

١٨ـ **ورق الغلاف** ، وهو سمنى اللون أو ابيض ، وزنه ٦٠ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ويستعمل فى تغليف الدفاتر التجارية كالايصالات والفواتير .

١٩ـ **الورق المصمغ** : وزنه ٦٠ جرام ومقاسه ٤٤×٥٦ سم ، و ٤٦×٥٩ سم ، وهو من الوان متعددة ، ووجهه غير الملون مصمغ ، ويستخدم فى صناعة البطاقات .

٢٠ـ **الورق الشجرى** : وهو ورق مجزع اللون منه الوان متعددة وزنه ٦٠ جرام ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ويستخدم فى تبطين الغلاف الكرتونى من الداخل حتى يخفى آثار لصق الغلاف الخارجى للكرتون .

٢١ـ **الكرافت** : وهو ورق داكن سمنى اللون ، وزنه من ٦٠ الى ١٠٠ جرام ، ويستخدم فى اللف والتجليد .

واهم المقاسات لافرخ الورق وتسميتها وفقا للاصطلاحات الشائعة فى اسواق الورق والطباعة :

جاير مجير	٥٦×٧٦ سم
جـاير	٥٧×٨٢ سم
جاير جاير	٦٠×٩٢ سم
قالبين مفرد	٥٠×٦٥ سم
قالبين مجوز	٦٥×١٠٠سم
قالبين مجوز كامل	٧٠×١٠٠سم

وهناك مقاسات اخرى سبق الحديث عنها مثل :

٧٠×١٠٨ للورق الساتنيه
٩٠×١٢٠ للورق السكرانت
٦٦×٨٦ للورق الذى يتشرب الحبر .

ويباع الورق اما على لفائف (بوبينات) بالوزن ، او على شكل رزم تضم الواحدة منها ١٠٠٠ او ٥٠٠ ، او ٢٥٠ فرخ ، غير ان ذلك لا يراعى بدقة فمثلا قد يتراوح عدد الافرخ فى الرزمة المكونة من ٥٠٠ فرخ فيما بين ٤٨٠ و ٥١٦ فرخا .

ويستعمل لفظ News Print لورق الجرائد ، أما ورق المجلات — الذى يهمنا هنا — فيطلق عليه Stock

الورق المستعمل فى طباعة المجلة :

تطبع المجلات على ثلاثة انواع فقط او فئات من بين الفئـات الخمس السابق الاشارة اليها وهى : ورق الجرائد News Print ، وورق الكتاب Book Papers ، والورق المقوى Card boards

وفى صنع الاغلفـة Covers

يستعمل الورق المقوى Card Board وذلك لانه اسمك واكثر دواما واصقل من الورق الذى سـوف يسـتخدم فى طبـع جسـم المجـلة .

وجسم المجلة او صفحاتها الداخلية او المتن Text :

يطبع من ورق الجرائد News Print ، او من ورق الكتاب خاصة الورق العتيق antique والورق المشطب آليا machine finished ، والورق البالغ الصقل Super Calendered ، والورق المصقول اللامع Coated Enamel ، والورق المصـقول الخصـوصى Special finished وبعض الدوريات الصغيرة التى لا تزود اغلفتها بالصورة تستعمل جسم ورق المجلة نفسه فى طبع الغلاف .

وبعض المجلات تستخدم انواعا عديدة من الورق فى طبعة واحدة . ورق خاص لطباعة الغلاف ، ونوعا لطباعة الصفحات الداخلية ، ونوعا ثالثا لطباعة ملحق ، ونوعا رابعا لطباعة كوبون او اضافات داخلهـا

(مثلما تفعل مجلة Time حين تضع بطاقات أو كوبونات للاشتراكات داخلها فى مساحة تختلف عن مساحة الصفحة) .

وهكذا نرى أن اختيار نوع من الورق لطباعة المجلة يكون مزيجا من حكم شخص وعوامل ومؤثرات أخرى تشمل : نوع الطباعة حيث يتطلب كل نوع ورقا له سمات مختلفة ، واعتبارات التصميم الأساسى للمجلة ، واعتبارات التكلفة ، ووظيفة المجلة وعلى المخطط ان يدقق فى نوع الورق وكفاءته وحجمه بالنسبة لجسم المجلة ، والغلاف مما يتطلب التشاور مع الطابع .

٤ ـ اختيار نوع الحبر :

الحبر هو أحد عناصر ثلاثة ـ كما سبق أن بيننا ـ مع الورق والسطح الطابع تشكل أساس العملية الطباعية ميكانيكيا ، وقد عرفت احبار الطباعة ـ فى أصولها الاولى ـ منذ فترة طويلة قبل اختراع جوتنبرج للطباعة بالحروف المعدنية المتحركة ، وكان الصينيون يستعملون أحبار الطباعة قبل ٣٠٠ سنة من ميلاد المسيح للطباعة من كتل خشبية .

وهناك مكونات ثلاثة أساسية للحبر الطباعى :

(أ) الصبغة Pigment

وهى مادة أو مسحوق مطحونة طحنا جيدا ، وقد تكون عضوية (حيوانية أو خضروات) أو غير (معدنية) وهى التى تعطى للحبر اللون الخاص به .

(ب) الحامل Vehicle

وهو نوع من الورنيش Varniche والمواد الزيتية المختلفة كزيت بذرة الكتان ، الزيوت البترولية ، زيت الراتنج أو الكحول ويشكل الغنصر السائل الذى تمتزج داخله الصبغة الملونة والمكونات الاخرى ، ويقوم بدور الحامل أو الناقل للصبغة والمثبت لها على السطح المطبوع ، ومسئول عن اللمعان والخشونة أو الصلابة .

والاحبار التى تتدفق بسرعة تسمى طويلة ، والتي تتدفق ببطء تسمى قصيرة ، ويؤثر على ذلك نوع المطبعة وطريقة الطباعة .

(جـ) المجفف : Drier

مادة تضاف الى الحبر لتساعده على التحكم فى زمن الجفاف ، وتصنع من زيوت البترول والملح المعدنى أو المركب ، والشمعيات Waxes ، وقد تضاف مركبات لتمنع تجمد الحبر ، والتصاق الفرخ الورقى ، ولتقوية المقاومة ، وقد تضاف أيضا الشحوم ، وزيوت التشحيم ، والزيوت المجففة والمذيبات لتساعد على الطباعة الحادة بتحسين الجفاف ومنع التحجر والعوامل المانعة للالتصاق بفعل الجفاف الزائد .

وبذلك يساعد هذا المجفف والمركبات الاخرى على الاحكم فى تفاعل المزيج المتكون فكل طريقة طباعة تتطلب حبرا له سمات مختلفة والحبر المستعمل يحدده ايضا نوع المطبعة وسرعتها ، وعملية الطباعة والسطح الطابع والاستعمال النهائى للمطبوع ، بحيث يقسم البعض احبار الطباعة الى ثلاثة أنواع رئيسية : بارزة وملساء وغائرة بشكل يتبع انماط الطباعة ، وقد تقسم بشكل يتبع انواع او فئات الورق الرئيسية ، وان كان التقسيم الشائع لانواع الحبر الطباعى هو :

١ ــ **حبر طباعة الجرائد** News ink : حبر خفيف القوام ، ويجف عن طريق نفاذه أو توغله أو تخلله للورق ويستعمل اساسا مع ورق الجرائد .

٢ ــ **حبر الشغل** Job ink : حبر غليظ القوام للطابعات المتوسطة فى معدل العمل .

٣ ــ **الحبر الغليظ** Bond ink : حبر غليظ جدا ويستعمل الورق من نوع الــ Bond والــ Ledger التى تتميز بالتشطيبات الخاصة Finishes التى تعد أحد انواع ورق الكتاب .

٤ ــ **حبر الظلال** Halftone ink : حبر ناعم ، دقيق ، يستعمل مع الورق المصقول ، ولطباعة الظلال .

٥ ــ **حبر الغلاف** Covev ink : وهو حبر خشن جدا ، كامل التشكيل يستعمل مع الورق المستعمل فى طباعة الاغلفة وهو الورق الخشن Card boards من الصبغة والحامل بشكل جيد وقد يكون مؤثرا وليس ضارا (٦٥) .

وأحبار الطباعة تجف بطريقة أو بمزيج من أكثر من طريقة من الطرق الاتية :

أ ـ الامتصاص Absorbtion أو التوغل Peneteration

وذلك عندما نستعمل حبرا رفيعا جدا ، وقد يكون الحامل غير مجفف يمتص الحبر فى هذه الحالة بواسطة الأنسجة الداخلية للورقة ، حيث تبقى رطبة لبعض الوقت .

ب ـ الاكسدة Oxidation أو الاختزال (البلمرة) Polymerization :

وهو أسلوب لتجفيف الحبر على مرحلتين يستعمل فى معظم الأحبار فى الطباعة من السطح البارز أو من السطح الأملس ، ويمتص الاكسجين عن طريق الزيت المجفف ، ويتبعه جزء من الحامل عن طريق تخلل الاكسجين لحبر الفيلم ثم يخشن بعد ذلك .

جـ ـ التصعيد Volatization أو التبخير Preciption :

اسلوب للجفاف يعرض القطعة المطبوعة الى الماء فى شكل بخار ، وتؤدى رطوبة الماء الى خروج الحامل بعيدا عن المحلول ليطير مثبتا الصبغة بقوة الى الورق .

٦ ـ احبار خاصة Specialty ink :

ويوظف لأغراض طباعية خاصة ، فى طبع ورق السوليفان ـ على سبيل المثال ـ وورق الشمع ، وقد تمزج بعض الأحبار للحصول على لون معين،وينصح فى ذلك بضرورة البدء باللون الاخف،واضافة كميات قليلة من اللون الأكثر قتامة اليه (٦٦) .

المعلومات الفنية الأساسية

المطلوبة للتخطيط للمجلة :

وفى حالة وجود ، أو شراء ، أو تأسيس مطبعة خاصة بالمجلة ، تنقل هذه القرارات الفنية التى تم التوصل اليها الى المسئولين عن هذه المطبعة والاقسام الفنية المختلفة فى المجلة للتنفيذ .

وفى حالة عدم وجود مطبعة خاصة للمجلة ، قد يتم الاتفاق مع مطبعة رأسا ، أو يتم طرح عملية مشروع طبع المجلة فى مناقصة ، قد يعلن عنها فى الصحف ، أو ترسل خطابات بها الى المطابع ، فيما يسمى بـ « كراسة المناقصة » الى عدد من المطابع ، وتلخص فيها المواصفات الفنية أو الشكل الفنى للمجلة الذى يعد النتاج العملى أو التطبيقى لتلك

القرارات الأساسية التي اتخذها المخطط لاصدار المجلة على المستوى الفنى وهى التى تحدد :

١ ــ حجم المجلة (الابعاد الخارجية لنسخة مفردة) .

٢ ــ عدد الصفحات لكل طبعة .

٣ ــ عدد الطبعات فى السنة .

٤ ــ عدد النسخ من كل طبعة .

٥ ــ ابعاد المادة المطبوعة (بالكور) .

٦ ــ العدد التقريبى للمواد المصورة Illustrations سواء كانت صورا ظلية أو خطية أو كلاهما ، وتعريف الطابع عما اذا كان سيقوم بصنع الكليشيهات ــ بالنسبة للطباعة البارزة ــ أو سيزود بها ، وأذا لم يكن لاحد من المسئولين عن المجلة خبرة فى هذا المجال، فمن الافضل جعل الطابع مسئولا عن الكليشيهات .

٧ ــ عدد الوان الحبر للصفحات الداخلية والغلاف .

٨ ــ الحروف والأبناط المطلوبة : الأنواع والاحجام .

٩ ــ الورق : حجمه ونوعه ووزنه ، بالنسبة للصفحات الداخلية وللغلاف .

١٠ــ التجليد : هل هناك غلاف خارجى من ورق المجلة نفسها ، أو من ورق من نوع آخر ؟ أسلوب تصميم الغلاف ؟ كيف سيتم تجليد الصفحات : هل بالسلك ، أم بالخيط ، أم بالتثقيب ، أم بالتدبيس، أم باللصق .

١١ــ التجارب (البروفات) العدد والنوع سواء كانت بروفات جالية (سلخ) أو بروفات صفحات ، أو بروفات نهائية للعدد ، من سيتسلمها ومتى وأين ؟

١٢ــ اسلوب التوزيع : اين سوف يتم تسليم النسخ المطبوعة من المجلة؟ ولمن ؟ وبأى اسلوب ؟ هل سيرسلها الطابع بالبريد ؟ أم ستقوم ادارة المجلة بعملية التوزيع ؟ أم ستقوم المؤسسة التى تطبع فيها المجلة بتوزيعها أيضا مثل مجلة النصر التى تطبع وتوزع عن طريق

دار الهلال ـــ اذا كان لديها ادارة للتوزيع ؟

وعند الوصول الى اتفاق مع طابع بدون مناقصة ، أو عند رسو المناقصة عليه ، يقوم الطابع وعلى أساس المعلومات السابقة بتزويد ادارة المجلة بعينات للصفحات وأيضا بتقدير للتكلفة ، لكى يراجع المخطط تخطيطه ويتعرف على امكانيات المطبعة والطابع (٧٦) .

العقـد النهـائى :

بعد اختيار الطابع يكون من الضرورى الحصول على عقد رسمى مع هذا الطابع ، قد يكون العقد سنويا ، لمدة ستة شهور أو ثلاثة ، وبعض دور النشر ـــ مثلدار اخبار اليوم ـــ تشترط دفع تأمين قبل البدء فى طبع مجلة ما ، ويغطى عقد الطباعة الذى يوقعه رئيس التحرير أو المدير العام مع الطابع على هذه النقاط :

١ ـــ السعر ، او نفقة الطباعة مقسمة الى فئاتها المختلفة : الجمع ، التوضيب ، الطبع ، التجليد ، التغليف .

٢ ـــ الجدول الزمنى : أو تحديد أيام العمل المطلوب فيها تسليم المواد وتسلم البروفات ومراجعتها وتسليم نسخ المجلة المطبوعة .

٣ ـــ تحديد الشخص المسئول فى المطبعة عن المجلة ؟ واسلوب التعامل معه .

٤ ـــ اجراءات الارسال بالبريد ، ونفقاته ، أو اسلوب نقل النسخ الى المقر او الجهة المتفق عليها .

وبعد التعاقد ، والموافقة على عينات الصفحات ، تستعد المطبعة لتلقى المواد الصحفية على اساس الجدول الزمنى الموضوع (٦٨) .

رابعا : قرارات على المستوى البشرى

الأفراد هم الاساس فى اى مشروع ، وتزداد اهميتهم فى المجلة كمشروع صحفى تجارى وصناعى فى الوقت نفسه ، وتتوقف احتياجات المجلة من العنصر البشرى على اساس حجم النشاط المتوقع ، بعد تقدير الطلب على الانتاج وحجمه (عدد النسخ المتوقع توزيعها من المجلة) وحجم المشروع والبناء المادى والبشرى الذى سيخرج المجلة ، ويتم اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشرى فى المجلة ـــ كمؤسسة صحفية ـــ من اداريين وفنيين ومحررين على مرحلتين او فترتين :

أ ـــ فترة الانشــــاء :

بعد وضع تنظيم للمشروع تحدد فيـــه الوظائف المطلوبة وشروطها ، ويتم تشغيل هذه الوظائف بالافراد المناسبين وهنا يحتاج المشروع الى :

(١) هيئة تحرير المجلة (رئيس التحرير ومساعدوه ورؤســـاء الاقسام والمحررين) .

(٢) الهيئة الادارية للمشروع والفنيين اللازمين للاشراف ومتابعة تنفيذ المبـــانى .

(٣) الفنيين الذين سيقومون بالاشتراك فى عمليات تركيب الآلات وتولى تشـــغيلها بعد ذلك .

(٤) الفنيين اللازمين لمتابعة تنفيذ المرافق المختلفة مثل الكهرباء والبخار والتكييف ، ويلاحظ أنوجود الفنيين ضرورىعلى اساس انهمسيكونون مسئولين عن أى أعطال تحدث بعد ذلك واصلاحها .

(٥) الاداريين اللازمين للقيام بعملية توفير احتياجات المشروع من الافراد واعداد البرامج التدريبية اللازمة لهم .

(٦) بعض الماليين لتولى مسئوليات تنظيم الانفاق على أعمال المشروع والحصول على احتياجاته سواء بالاستيراد أو من السوق المحلى .

(٧) بعض العمال المهرة ونصف المهرة والملاحظين لمعاونة الفنيين .

(٨) بعض عمال الخدمة العامة .

(٩) بعض موظفى السكرتارية .

ب ـــ فترة التشغيل :

ويتم فيها وضع التنظيم الادارى للمشروع بمعرفة الفنيينوالاداريين المسئولين عن المشروع وذلك فى ضوء حجم التوزيع المتوقع والطاقـــة الانتاجية واساليب التوزيع .

وعملية التخطيط لتدبير العنصر البشرى للمجـــلة ، كمشروع صناعى وتجـــارى تعتمد على دقـــة المعلومات التى تكون متاحة للمخطط وتشير بالتفصيل الى : ـــ

— الجهاز التحريرى والاخراجى المقترح والمخطط له .

— الدراسات لمدى توافر الافراد الذين يحتاجهم مشروع اصدار المجلة فى البيئة التى سيقام فيها ، وفى مختلف نواحى المشروع (التحريرية — الفنية — الادارية) .

— انواع الوظائف المطلوبة وتوظيفها فى مخطط التنظيم .

وبدراسة هذه المعلومات دراسة جيدة ، يمكن تحديد عدد الافراد اللازمين لشغل الوظائف المطلوبة ووضع مواصفات مفصلة لكل نوع منها، وهو ما يسمى فى ادارة الأعمال « بتوصيف الوظائف » ، ثم مقارنة المصادر المختلفة — للقوى العاملة فى البيئة — التى يقع داخلها المشروع واختيار افضل الطرق للحصول على احتياجات المجلة منها (٦٩) .

ويمكن الحصول على العنصر البشرى أو الافراد اللازمين لمجلة عامة ، من عدة مصادر من بينها (٧٠) :

(١) من بين العاملين فى المنشآت القائمة التى تماثل المشروع فى طبيعة نشاطها ، أى مؤسسة صحفية اخرى ، تصدر مجلات مثلا ، وهذا ما فعله مصطفى أمين وعلى أمين عندما اصدرا جريدة اخبار اليوم عام ١٩٤٤ حيث جذبا اليها عددا كبيرا من كتاب الجرائد الاخرى ومحرريها للعمل معهم ، وهذا ما فعله محمد حسنين هيكل حينما تولى رئاسة تحرير جريدة الاهرام عام ١٩٥٧ ، وكان قبلها يعمل رئيسا لتحرير مجلة آخر ساعة ، وانتقل معه عدد كبير من محررى دار أخبار اليوم ووكالة أبناء الشرق الاوسط .

بيد أن الاعتماد على هذا المصدر بصفة رئيسية يؤدى الى منافسة بين المنشآت حول اجتذاب العاملين الامر الذى يؤدى الى رفع الاجور بدون مبرر ، فضلا عن أن المحرر أو العامل الذى ينتقل بين المنشآت المختلفة لا يتوقع له استقرار فى اى منها .

(٢) الاتجاه الى مكاتب العمل او القوى العاملة ، وسؤالها عن ترشيح عدد من العاملين للمواصفات المطلوبة للترشيح ، وفى الاعتماد على ذلك اقلال لنسبة البطالة فى الدولة ، غير أن من عيوب هذا المصدر أن المقيدين فى مكاتب العمل (أو القوى العاملة) غالبا ما يكونون من بين حديثى التخرج الذين لا خبرة لهم ، أو الذين لفظتهم المنشآت الاخرى لسبب او لآخر . وهذا المصدر لا يتفق مع طبيعة العمل الصحفى الذى يتطلب علما وخبرة ، واستعدادا من نوع خاص .

(٣) الاعلان فى الجرائد اليومية — وبخاصة فى الاعلانات المبوبة — عن طلب عاملين بالمواصفات المقررة ، وهنا تكون فرصة الاختيار من بين من يتقدمون استجابة للاعلان ، وهذا ما تفعله بعض مؤسساتنا الصحفية ، عندما تريد مندوبى اعلانات مثلا ، او خطاطين ، وكذلك الجرائد والمجلات العربية التى تعلن عن حاجتها الى محررين وعمال واداريين من خلال الصحف المصرية .

(٤) الاتصال بالجامعات والمعاهد الدراسية الملائمة — ككلية الاعلام واقسام الصحافة بالجامعات — وطلب ترشيح عدد من خريجيها ثم اجراء الاختبارات لهم ، واختيار الاصلح من بينهم ويصلح هذا المصدر ، لملء الوظائف الشاغرة التى لا تحتاج الى خبرة سابقة بل يمكن اكتساب الخبرة فيها بالمران .

وهذا ما فعلته جريدة الشعب — الناطقة بلسان حزب العمل الاشتراكى المعارض — فى بدء انشائها ، حين طلب رئيس تحريرها حامد زيدان من رئيس قسم الصحافة بكلية الاعلام ترشيح عدد من الطلبة للعمل والتدريب بالجريدة ، وكذلك ما فعله الدكتور حسين الغمرى — الرئيس الحالى لمجلس ادارة الشركة القومية للتوزيع — عندما كان يتولى منصب المدير العام والعضو المنتدب لمؤسسة اخبار اليوم ، فقد طلب من كلية الاعلام ترشيح عدد من خريجيها للعمل كمحررين بقسم المعلومات بالمؤسسة .

(٥) استيراد ذوى الخبرات من خارج الدولة ، اذ لم يتوافر لها العاملون الفنيون المناسبون ، ويكون ذلك عن طريق الاتصال بالمنشآت الاجنبية ذات السمعة الطيبة وبسفاراتها فى الخارج أو بيوت الخبرة التى تعمل على نطاق دولى ، فمثلا جريدة « عكاظ » السعودية تستعين بمؤسسة أخبار اليوم ممثلة فى بعض كبار محرريها — فى تزويدها بالعنصر البشرى الذى تحتاجه من محررين واداريين وعمال مهرة . وهذا المصدر هو الذى تعتمد عليه — بشكل رئيسى — معظم الجرائد والمجلات العربية المنشأة حديثا فى البلاد العربية وآخرها على سبيل المثال : جريدة « الراية » القطرية التى كان يدير تحريرها الكاتب الصحفى المصرى رجاء النقاش ، الذى اقنع عددا كبيرا من المحررين المصريين بالعمل معه فيها .

***

مصادر المادة الصحفية فى المجلة :

والحديث عن القرارات التى يصدرها أو يدرس المخطط لاصدار المجلة اسلوب التخطيط لاصدارها يرتبط بالحديث عن المصادر التى تحصل منهـا المجلة بشكل عام على المواد الصحفية من مواد مكتوبة ومواد مصورة (صورة فوتوغرافية ـ رسوم) والتى تنقسم الى نوعين :

أولا : المصادر الداخلية :

هى ناشرو المجلة ، ورؤساء التحرير ومعاونوه ، وكتابها ، واعضاء جهاز التحريرى ، المصورون ، الرسامون ، المراسلون ، المستشارون ، والمعلنون ممن يعملون داخل المجلة ، ويمكن تسميتهم جميعا بمحررى المجلة ، أو اعضاء الجهاز التحريرى .

ثانيا : المصادر الخارجية :

وهم الكتاب الاحرار (المصاحفون) ، والمصورون ، والرسامون ، الوكالات المختلفة ، القراء ، مكاتب الاعلانات ، المصادر الاعلانية الاخرى ، مكاتب الخرائط والرسوم ، مجلات أخرى يعاد نشر بعض موادها ، الجرائد الاخرى ، الكتب وكلاء الكتاب ، مصادر أخرى منوعة (٧١) .

وفى الحديث عن مصادر المواد الصحفية فى المجلة نبدأ بالمحرر أو عضو جهاز المجلة التحريرى Staff member ، ثم الكاتب الحر (الخارجى) أو المصاحف Freelancer حيث تتميز المجلة عن الجريدة بأنها تعتمد فى الحصول على المادة التحريرية على كتاب من الخارج او محررين : سواء كانوا محررين فى جرائد ومجلات أخرى ، أو يعملون فى وكالات للأنباء ، أو موظفين أو ربات بيوت ، يقضون فراغهم فى الكتابة للمجلة ، وذلك يعود على طبيعة المضمون المنوع الذى تحمله المجلة ـ خاصة المجلة العامة ـ والذى قد لا تستطيع أن تغطيه كله هيئة تحرير المجلة .

المحرر فى المجلة

المحرر فى المجلة لفظ أو مصطلح صحفى يطلق على عضو الجهاز التحريرى Staffm emger (أو هيئة التحرير) ، وقد يكون هذا المحرر رئيسا للتحرير ، أو مراجعا ، أو سكرتيرا للتحرير ، أو مندوبا لخباريا ، أو مشرفا فنيا ، أو مخرجا صحفيا ، وهناك اتجاهان فى مؤهلات محرر المجلة وأسلوب اعداده للعمل الصحفى :

الاول : يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ عمله فى جريدة يومية ، ثم جريدة أسبوعية عامة ، حتى يستوعب العمل الاخبارى ، ثم ينتقل بعد ذلك الى العمل فى المجلة ، لان عمله فى مجلة من البداية سيفقده الحس الاخبارى .

والثانى : يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ فى المجلة ، ولا يكتفى بالعمل فى قسم التحرير فقط ، بل فى ادارات التوزيع والاعلان والمطابع والادارة العامة حتى يكتسب خبرة ويفهم كيف يدور العمل فى المجلة (٧٢) .

ويتوقف حجم محررى المجلة ، أو عدد العاملين فى جهازها التحريرى ، وتنوع اختصاصاتهم على نوع المجلة وتخصصها وكذلك دورية صدرها ، وهناك قاعدة صحفية أصبحت بديهية الآن فى عالم المجلة تقول : أن « هناك تناسبا عكسيا بين عدد المحررين ودرجة تخصص المجلة ، فكلما اتجهت المجلة الى التخصص ، قل عدد محرريها ، أعضاء الجهاز التحريرى ، وزاد عدد الكتاب الخارجيين (الاحرار أو المصاحفين) ، وكلما اتجهت المجلة الى المضمون العام زاد عدد محرريها ، وقل عدد الكتاب الخارجيين الذين تعتمد عليهم كمصادر للمواد التحريرية فيها .

مجلة « النيل » (*) :

مثلا وهى دورية متخصصة تعتمد على جهاز تحرير يضم خمسة افراد : رئيس التحرير وأربعة محررين ، مهمتهم جمع المادة من الكتاب الخارجيين (المصاحفين) الذين يتولون كتابة المقالات والدراسات والبحوث اللازمة .

ومجلة « السياسة الدولية » (**) :

يتكون جهازها التحريرى من خمسة افراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير وثلاث سكرتيرى تحرير ،لاعتمادهما على المقالات والدراسات والتقارير التى يكتبها أساتذة وكتاب متخصصون .

(*) **النيل** : مجلة علمية تبع سنوية تصدر عن مركز النيل للاعلام والتعليم والتدريب التابع للهيئة العامة للاستعلامات بالقاهرة ، يرأس تحريرها : محمد فيصل عبد المنعم ، صدر عددها الاول فى يوليو الماضى .

(**) **السياسة الدولية** : دورية ربع سنوية تتخصص فى الشئون الخارجية الدولية تصدر عن مؤسسة الاهرام ، يرأس تحريرها الدكتور بطرس بطرس غالى ، صدر عددها الاول عام ١٩٦٥ .

ومجلة ((الثقافة)) (*) :

ويتكون جهازها التحريرى من خمسة أفراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير ومشرف فنى وسكرتيران للتحرير .

ومجلة ((الدوحة)) (**)

القطرية يضم جهازها التحريرى ستة أفراد ، رئيس التحرير ، مدير التحرير ، مدير فنى ، سكرتير تحرير فنى ، سكرتير تحرير ، مشرف فنى ، بحكم اعتمادها على الصاحفين الخارجيين .

ومجلة ((العربى)) (***)

الكويتية كمجلة شبه عامة تعتمد على مزيج من مقالات واسنطلاعات وأبواب ثابتة لمحرريها وكتابها ، ومساهمات الصاحفين من الخارج ، لذلك نجد جهازها التحريرى ثمانية أفراد هم : رئيس التحرير ، ونائبه ، المشرف الفنى ، سكرتير التحرير ، مدير التحرير ، وثلاثة محررين ، وبعض المصورين التابعين لوزارة الاعلام الكويتية التى تصدر المجلة .

اما الطبعة العربية من الـ Readlr's (****) :

التى كانت تصدر فى الماضى عن دار أخبار اليوم ـ فضم جهازها التحريرى : رئيس التحرير (الطبعة العربية) وسكرتيرا للتحرير وسكرتيرة ادارية للآلة الكاتبة ، ومترجمين من الخارج ، بحكم اعتمادها على المترجمات .

ومجلة ((صبا الخير)) (*****)

المصرية ، مجلة عامة تتوجه للشباب اساسا ، نجد جهازها التحريرى يضم رئيسا للتحرير ومديرا للتحرير ، ومشرفا فنيا ، ومستشارا

(***) **الثقافة** : مجلة شهرية ثقافية ، تصدر عن الهيئة العامة للكتاب بالقاهرة ، أسسها يوسف السباعى فى اكتوبر عام ١٩٧٣ ، وبراس تحريرها الدكتور عبد العزيز الدسوقى .

(*) **الدوحة** : مجلة شهرية تصدر (عن وزارة الاعلام القطرية ، تعنى بالثقافة والفكر ويراس تحريرها حاليا رجاء النقاش .

(**) **العربى** : مجلة شهرية ثقافية عامة صدرت عن وزارة الاعلام الكويتية سنة ١٩٦٠ ، وكان المرحوم الدكتور احمد زكى اول رئيس لتحريرها ، وبعده احمد بهاء الدين .

(***) الطبعة العربية تصدر باسم المختار من الريدارز دايجست ، منذ الحرب العالمية الثانية عام ١٩٣٩ حتى ١٩٦٧ وتولى رئاسة تحريرها فؤاد صروف ، ثم محمد زكى عبد القادر ، وأخيراكمال عبد الرؤف .

(****) **صباح الخير** : مجلة اسبوعية مصرية عامة تتوجه الى الشباب صدرت عام ١٩٥٦ عن دار روز اليوسف ، ويراس تحريرها لريس جريس .

فنيا ، وسكرتيرا للتحرير وعشرات المحررين والمندوبين والمراجعين .

بعكس « الموقف العربى » (*) :

التى لا يضم جهازها التحريرى سوى شخص واحد هو المشرف العام على تحريرها (عبد العظيم مناف) يعد المجلة ويتصل بالمصاحفين ، ويعاونه فى ذلك مشرف فنى من المطبعة .

ومجلة « الشاشة الصغيرة) (**) :

أحدث مجلة متخصصة فى مصر — يتكون جهازها التحريرى من مشرف عام ، رئيس للتحرير ، ومدير فنى ، لاعتمادها الاساسى على كتابات المحررين والكتاب الخارجيين .

ودورية شديدة التخصص مثل Journalism Quarterly

يضم جهازها التحريرى ستة أشخاص هم : رئيس التحرير ، ورئيس التحرير المساعد ، ومحررو الاقسام الاربعة ، ومهمتهم تجهيز المقالات والبحوث وعروض الكتب التى يعدها كتاب من الخارج (مصاحفون) ولها مجلس تحرير (استشارى) من ٣٠ عضو .

ومجلة ادبية مثل Kenyon Review

يضم جهازها التحريرى ثلاثة افراد هم : رئيس التحرير ، ومدير التحرير ، ونائب رئيس التحرير .

ومجلة شبه متخصصة فى الشئون الهندسية هى Wastes Engineering

يضم جهازها التحريرى عشرة أفراد فقط هم رئيس التحرير ، ومستشاره ، ومدير التحرير ، ومساعد لرئيس التحرير ، وستة محررين، ومجلس تحرير (استشارى) من ١٨ عضوا .

ومجلة جماهيرية عامة مثل Look

ضم جهازها التحريرى عام ١٩٦٩ ٣٨ فردا ، هم : رئيس التحرير

(*) الموقف العربى : كتاب غير دورى ، يصدر كل شهر من دار الموقف العربى بالقاهرة ، مديره العام عبد العظيم مناف ، تتجه اهتمامه الى الطابع القومى العربى ، ويعتمد على الدراسات والبحوث والمقالات .

(**) الشاشة الصغيرة : مجلة فنية شهرية ، تتخصص فى شئون الاذاعة المرئية (التليفزيون) تصدر عن جمعية الشاشة الصغيرة التى أسسها عبد الرحيم سرور ، يرأس تحريرها محمد صالح ، ويشرف على تحريرها فوميل لبيب .

العام ، ورئيس التحرير المسئول ، ورئيس التحرير التنفيذى ، والمدير الفنى ، ومساعدون لمدير التحرير ، أو رؤساء للاقسام ، ومحرر للصورة ، ومحرر لباب الحياة الحديثة ، ومحرر للشئون الخارجية ، وكبير للمحررين ، وكبير المراجعين ، وخمسة محررين مساعدين ، وخمسة مديرين لتحرير المكاتب الخارجية ، واربعة عشر محررا فى قسم البحوث ، ومدير للانتاج التحريرى ، ومدير تجارى (٧٣) .

الجهاز التحريرى للمجلة العامة :

يضم الجهاز التحريرى للمجلة العامة عددا كبيرا من المحررين ، بحكم اعتماده الاساسى عليهم فى اعداد مواد المجلة المختلفة على المحررين ، الى جانب استكتاب بعض الصاحفين . وفى العادة يضم : رئيسا للتحرير ، ومجموعة من معاونى رئيس التحرير ومساعديه ونوابه قد يكونون (مدير التحرير — مساعد رئيس التحرير — نائب رئيس التحرير — رئيس التحرير التنفيذى — رئيس التحرير المساعد — رئيس تحرير الطبعة الخارجية) وتختلف تسميتهم من مجلة الى اخرى ، وكذلك عددهم ، ومشرفا فنيا ، وسكرتيرا للتحرير ، وكبيرا للمراجعين ، وكبيرا للمصورين ، ومحررا للصورة ، ومحررا للمعلومات ، ورؤساء الاقسام ، أو مسئولى الابواب ، ومسئولى المكاتب الخارجية أو المراسلين (ان كانت امكانياتها بوجود مراسلين خارجيين) ، ومحررين ، ومندوبين ، ومراجعين ، ومصورين ، ورسامين ، وخطاطين (٧٤) .

رئيس التحرير :

هو المسئول الاول عن تحرير المجلة ، والشخصية المركزية ، والقوة النشطة ، فى جهازها التحريرى ، البعض يصفه بأنه مدير ، قائد ، كابتن ، سيد ، فكل تقاليد الرئاسة تسكن معه ، وقد يكسب رئيس قسم الاعلان اكثر منه بكثير ، ولكنه لا يملك مكانته واحترامه كرئيس لجهاز التحرير ، والشخص الوحيد الذى يعلوه فى الدرجة داخل المجلة هو مالكها أو ناشرها The Publisher (*) .

ونظرة الى تاريخ المجلة فى العالم ، نجد أن كل مجلة — عكس الجريدة — ترتبط باسم رئيس تحرير عظيم (٧٥) .

فمجلة The Outlook الامريكية ترتبط بـ أ. بوث ، و Mercury تعرف باسم منيشين لاود و Ladies Home Journal باسم ادوارد بوك و

(*) الناشر فى المجلات الامريكية ، يوازيه فى مصر — من حيث الدرجة الرئاسية — رئيس مجلس الادارة .

سميت باسم صاحبها ورئيس تحريرها مايك كلور ، و The Nation ترتبط بجودكين ويلورد ، و The Post ترتبط باسم لوريمر ، و Harper's باسم فردريك لويس الير ، و The New Yorker باسم هارولد روس ، و Vogue باسم بادنا ولماشناير ، و Time هنرى . ر. لوسى ، و Mccall's بهربرت. ر. مايز ، و Vanity Fair بفرانك كرونيشيلد .

كان هؤلاء هم الع رؤساء التحرير فى المجلات الامريكية فى بداياتها الاولى ، كانوا شخصيات عامة ، بارزة ، وكتابا ، ادباء ، قصاصين ، نقادا ، شعراء ، وفى مصر كنا نجد « روضة المدارس » ترتبط بالطهطاوى و « يعسوب الطب » بعلى البقلى ، و « الرسالة » باسم أحمد حسن الزيات ، و « أبوللو » باسم احمد زكى ابو شادى ، وتختفى شخصية رئيس التحرير العامة ، الاديب اوالشاعر أو الناقد أو القصاص ، ويصبح اقل لمعانا وبروزا فى المجتمع العام ، وتظهر شخصية رئيس التحرير الصحفى المحترف ، ومع ذلك تظل المجلة مرتبطة باسم رئيس تحريرها ، فنجد فى منتصف القرن ، اسماء بارزة فى تاريخ المجلة الامريكية لصحفيين مثل : جون فيشر رئيس تحرير Harper's ، واوزيورن السيرت رئيس تحرير Newsweek ، ودى ويت والاس وليلا اسيشون مؤسسا مجلة The Reader's Digest ولواد. هـ. نيكولس رئيس تحرير Good House Keeping وفى مصر : ارتبطت اللطائف المصورة باسكندر مكاريوس ، والكشكول بسليمان فوزى ، وروزاليوسف بالسيدة فاطمة اليوسف ومحمد التابعى ، والمصور بفكرى اباظه ، والهلال بجرجى زيدان ، وآخر ساعة و « الجيل » و « هى » : بعلى ومصطفى امين ، وحواء بأمينة السعيد ، والفكر المعاصر بالدكتور زكى نجيب محمود ، والطليعة بلطفى الخولى ، وروزاليوسف — الآن — بصلاح حافظ ، وأحدث المجلات المصرية أكتوبر ترتبط باسم رئيس تحريرها أنيس منصور .

ومع تطور نوعية رئيس التحرير ، من أديب وكاتب أو شاعر أو قصاص كان فى الماضى يكتب معظم صفحات المجلة ، ويديرها ، بحكم قلة عدد المحررين واهتمامات القراء المحدودة والتوزيع المتواضع ، الى شخص مسئول عن توجيه المجلة وادارتها ، ذى مسئوليات كثيرة لم تعد تعطى له الفرصة ليكتب كثيرا كما كان يحدث فى الماضى ، بل اصبحت مهمته الآن أن يدع الآخرين يكتبون ويوجههم ويخطط لهم ويراقب اسلوب التنفيذ . لم يعد رئيس التحرير مجرد كاتب ، بل أصبح مزيجا من منفذ للتحرير ، ورجل أعمال ، وفنان طباعى ، وخبير ادارة .

وظائف رئيس التحرير :

تتنوع وفقا لحجم المجلة ، وعدد محرريها ، وتوزيعها ، فالمجلة الصغيرة يقوم رئيس تحريرها بمعظم مسئوليات ادارة الجهاز التحريرى ولا يحتاج الى معاونين له ، فى حين يحتاج فى المجلة العامة الجماهيرية ذات التوزيع الضخم الى أكثر من معاون : ويقسم البعض وظائف رئيس التحرير الى خمس :

الوظيفة الأولى : اقتصادية .:

وتبدو فى تحكمه فى شراء مقالات الصاحفين ، وأعمال المصورين أو الرسامين ، والتعاقد مع الوكالات ، وتقرير المكافآت والمرتبات والخصومات والجزاءات ، ويحدد عدد النسخ المطبوعة ، ويستشار قبل رفع سعر الاعلان ، أو زيادة الاشتراكات .

الوظيفة الثانية : تتعلق بالرأى العام :

وتتعلق بتحليل اتجاهات الرأى العام نحو مجلته : رأى القراء والمنافسين والمسئولين ورؤساء التحرير الآخرين ، وأخطر ما يشرف عليه ويديره ويطلع عليه باستمرار هو تقارير بحوث أو استطلاعات الرأى العام ، ورسائل القراء الخاصة به ، أو التى ترد الى المجلة ، كأنها تقارير انتاج يتلقاها مدير أحد المصانع .

الوظيفة الثالثة : التوجيه فى النواحى الفنية الصحفية :

وتبدأ مع تقرير أو تنفيذ صيغتها أو نمطها،فيقترح افكار الموضوعات: المكتوبة أو المصورة ، وقد يقترح ايضا أساليب المعالجة ، ان لم يأمر بها ، ويحدد بمفرده أو مع آخرين السياسة التى سوف تتبعها المجلة فى المسائل العامة ، يشرف بعد ذلك على العمليات الفنية الاخرى فى المجلة ، وكلما كانت المجلة كبيرة ، قلت العمليات الفنية التى يؤديها رئيس التحرير أو يشارك فيها (الا اذا كان من النوع الدكتاتورى الذى يفرض شخصيته على العاملين معه أو يحتفظ لنفسه بالصفحات المهمة) .

وهذه العمليات أو النواحى الفنية تشمل : تحرير الموضوعات ، تحديد شكل الصور وأسلوب اخراجها ، وكتابة التعليق أو الكلام المصاحب لها ، الموافقة على تبويب المجلة ووضع الجدول الزمنى للتنفيذ ، وتصميم المجلة ، ورسم الماكيت ، وقراءة البروفات ، والموافقة على بروفة المطبعة الأخيرة .

الوظيفة الرابعة : الكتابة :

وهذه الوظيفة تختلف حسب حجم المجلة وعدد محرريها ، ففى المجلة الصغيرة قد يكتب عمودا شخصيا واكثر من موضوع ، ويرد على رسائل القراء .

اما فى المجلة الجماهيرية العامة الكبيرة : فقد يكتب الافتتاحية ، او يضع خطوطها العامة فقط ليكتبها غيره ويراجعها .

والى جانب الكتابة فى المجلة ، يكتب عنها ايضا : خطابات الترويج الى المعلنين ، النص الاعلانى الذى سيظهر عن عددها الجديد ، المقالات التى تنشر عنها فى المطبوعات المهنية ، مقالات وقصص اخبارية عن الموضوعات غير العادية التى حققت المجلة فيها سبقا على غيرها وكيف تم هذا ؟ وعن التغييرات الجديدة التى ستحدث فى المجلة

الوظيفة الخامسة : العلاقات العامة :

وتتعلق بالدور الذى يلعبه رئيس تحرير المجلة فى تطوير صورة المجلة وتحسينها امام الراى العام : وتبدأ بالتفاوض مع الكتاب الخارجيين (الصحفيين) ، والاشتراك فى أوجه النشاط العامة والمهنية ، فرؤساء التحرير الآن يظهرون فى المؤتمرات العامة ، ويلقون خطبا فى تجمعات بتخصص مجلاتهم وبذلك يعطون صورة ذهنية جيدة عن مجلتهم من خلال جماهيرية ، وهم اعضاء فى لجان كثيرة ، أو جمعيات أو اتحادات تتصل الصورة التى تتكون عنهم (*) .

وهناك نوعان من رؤساء التحرير :

النوع الاول يرى فى فرض شخصيته على العاملين معه الوسيلة التى تضمن سلامة العمل ، ويرى الاستاذ جلال الدين الحمامصى أن هذا « قد يكون صالحا فى بعض الحالات ولكنه ليس كذلك فى كل الحالات ، لان النتيجة الحتمية لهذا التصرف ، هى انعدام الوزن الصحفى والشخصى فى أفراد الجهاز التحريرى ، وتحويلهم الى « بالونات . يمسك رؤساء التحرير بخيوطها » .

(*) من النماذج المصرية لرؤساء التحرير الناجحين فى هذه الوظيفة صلاح جلال رئيس القسم العلمى بجريدة الاهرام ورئيس تحرير مجلة « الشباب وعلوم المستقبل » فهو عضو مؤسس ويشغل اكثر من منصب فى اندية ومؤتمرات وجمعيات علمية داخل مصر وخارجها .

ففى الحالات التى يريد فيها رئيس التحرير أن يعتبر شـخص ، لا يمكن للصحيفة الاستغناء عنه ، يحول الاجهزة العاملة ، بوسائل متعددة ، الى آلات تتحرك وفقا لتعليمات يصدرها اليهم ، ولا يجـوز الخروج عنها مهما تكن الظروف ، وهذه الوسائل تؤدى فى النهاية الى غياب العناصر المفكرة والمبتكرة والتى تحول الصحيفة الى مادة حيـة ناطقة معبرة بكل احاسيس الجماهير ،انها وسيلة قاتلة لروح الابتكار ، وحاسة تحريك المجموعة الصحفية العاملة بالمجلة ، حركة متجـددة لا تخضع لروتين مرسوم ، ولا خضوع فيها لفكرة معينة ثابتة لا تتغير ، وبالاجمال فانها عملية جمود ووقوف بلا رغبة فى الانطلاق .

وتتسم تصرفات هذا النوع من رؤساءالتحرير بالأنانية القاتلة ، لا بالنسبة للأفراد العاملين بالمجلة فقط ، وهى عملية قتل للمجلة نفسها ، اذ أن مسألة الاستغناء أو عدم الاستغناء عن شخص ما ، هى عمليـة نسبية ، واذا قدر لرئيس من هؤلاء الرؤساء الأنانيين ان يترك أو يرغم على ترك عمله تحت أى ظرف من الظروف ، فانه يترك وراءه فراغـا ينعكس اثره السىء على الصحيفة نفسها ، وعلى العاملين بها ، لا نقول انه يصعب ملؤه ، بل يحتاج الى وقت لشغله بمن يستطيع جمع هـذا الشتات الممزق من الكفاءات الضائعة ، التائهة .

والنوع الثانى من رؤساء التحرير ، هو « الذى يلعب فيه رئيس التحرير دور الخلاق للأفكار والذى يدفع بالكفاءات الى الصفوف الأولى، ويترك لها المجال الحر للانطلاق ، بأفكارها وكفاءاتها بغير حدود ، ووفقا لسياسة الصحيفة فان الكسب هنا لا ينعكس على المهنة ذاتهـا بـل هو تدعيم قوى لأجهزة المجلة بحيث يمكن ان تمضى فى اداء عملها وتحقيق رسالتها فى كل الظروف ، سواء كان رئيس التحرير قائما بالعمـل أو متغيبا ، ولعل هذه المهمة هى واحدة من المهام الرئيسية لمن يصل عن كفاءة الى منصب رئيس التحرير : فمهام رئيس التحرير النـاجح فى نظر الأستاذ جلال الدين الحمامصى « ليست مقصورة على أن يشرف على اخراج صحيفة نموذجية فحسب ، بل أن عليه أن يفتح الطريق واسعا ، لكى تجد الكفاءة مجالها الفسيح فى الصفوف الأولى والثانية ، ليست مهمته تفريخ الأنباء فقط ، بل أن مهمته تفريخ أولئك الذين يسعون وراء الأنباء الصادقة ، والافكار النبيلة ، والدفاع عن الحق والرسالة الصحفية بلا خوف أو تردد » (٧٦) .

معاونو رئيس التحرير :

ويسميهم البعض رؤساء التحرير Editors تمييزا لهم عن رئيس التحرير الذى يسمى رئيس التحـرير (العام — أو الاعلى) Chief editor ، وهم التالون لرئيس التحرير فى المسئولية ،

ومعاونيه ، ويتوقف نجاح رئيس التحرير فى عمله على حسن اختياره لمعاونيه ، وتحديد اختصاصاتهم،ثم اعطائهم حرية وفقا لهذه التخصصات مع الحرص على أن يكون لكل منهم حرية التصرف وفقا للسياسة العامة للمجلة ، ولما يتطلبه الحدث الصحفى ، ولا وفقا لما يمكن أن يكون عليه تصرف رئيس التحرير شخصيا فقط (٧٧) .

وهم فى المجلة مختلفو الاسماء ، والمناصب ، ولكنهم جميعا يعاونون رئيس التحرير فى أداء عمله وهم : مدير التحرير — مساعد رئيس التحرير — نائب رئيس التحرير — رئيس التحرير التنفيذى — رئيس التحرير المساعد — رئيس تحرير الطبعة الخارجية ، وكل مجلة تطلق على معاونى رئيس تحريرها الاسم الذى يناسب طبيعة عمله ، وقد يوجد هؤلاء كلهم فى مجلة واحدة ، وأيا كان عددهم او الاسماء التى تطلق عليهم فوظيفتهم هى :

١ — تنفيذ تعليمات رئيس التحرير الاسبوعية أو الشهرية وتوجيهاته (حسب نوع المجلة) .

٢ — الاشراف على عمل الاقسام المختلفة .

٣ — أداء وظائف رئيس التحرير المختلفة فى حالة غيابه .

٤ — حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبين باقى أقسام المجلة .

٥ — حل المشاكل التنفيذية التى قد تعترض العمل اليومى لمحررى المجلة .

٦ — ادارة اجتماعات جهاز التحرير فى غياب رئيس التحرير أو فى وجوده .

٧ — حضور بعض المناسبات أو أداء بعض المهمات أو تمثيل المجلة فى أوقات معينة بتفويض من رئيس التحرير أو نيابة عنه .

٨ — الاشراف على قطاع معين من قطاعات التحرير ، أو مرحلة من مراحله ، اى أن احد المعاونين يشرف على التحرير ، وآخر على المطابع ، وثالث على المواد المصورة (الصور والرسوم بما فيها قسم التصوير الفوتوغرافى والرسامون) ، ورابعا على قسم المعلومات والبحوث ورسائل المراسلين ، وخامسا يتولى الشئون الادارية .

واكثر الالقاب التى تطلق على معاونى رئيس التحرير شـــيوعا هى :

مدير التحرير Managing editor ، ومساعد رئيس التحـرير Assistant editor ، ونائب رئيس التحرير Subeditor المشرف الفنى أو المدير الفنى Artdirector

وفى بعض المجلات يسمى محرر الانتاج Production editor أو المصمم Designer ، وتتعلق مهمته بوضع « استراتيجية فنية » أو « التصميم العام للمجلة » ، أو اتخاذ القرارات الفنية الاساسية بشكل عام (*) وتطبيقاتها فى كل عدد ، فهو يحدد المساحة التى ستعطى لكل موضوع واسلوب اخراجه ، والصور والرســوم المستعملة والالوان ويشرف على توزيع المواد على صفحات المجلة المختلفة بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه .

وهو اساسا فنان تشكيلى ، وخبير فى الالوان ، ومصمم جيد . قبل أن يكون صحفيا محترفا ، وهو شخصية لا توجد فى الجرائد ، بل فى المجلات فقط ، حيث يحتاج اخراج المجلة الى توافر جانبين : الجـانب الوظيفى والجانب الجمالى (٧٨) .

قسم الاخراج او سكرتير التحرير :

وهذا القسم هو المسئول عن تنفيذ التصميم الاساسى للمجلة ، والتصور المبدئى الذى يضعه المدير الفنى بالتشاور مع رئيس التحـرير أو معاونيه ، ويطلق على العاملين فيه محررو الاخراج او ســكرتارية التحرير أو المخرجون الصحفيون وهم نوعان .

المخرج الصحفى الفنى وسكرتير التحرير الفنى :

ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة ، وفقا لرؤيـة المشرف أو المدير الفنى للمجلة الى واقع تيبوغرافى : عناوين ومقدمات ومتن وصور ورسوم وجداول والوان وعناوين فرعية و ... و ...

انه يرسم الماكيت (Maquette) (التصميم المبدئى للمجلة) الذى يبين فيه شكل المواد ، وتصل اليه المادة من كبير المراجعين عن طريق المدير الفنى مكتوبة ومصورة ، وبعد تحديد موقعها داخل المجلة ، وداخل

(*) سبق الحديث عن القرارات الفنية الاساسية فى الفصل الثانى بالتفصيل .

صفحاتها ، وبعد رسم الماكيت ترسل المواد الى قسم الجمع أو الحفر أو التصوير ، والماكيتات الى الاقسام الفنية للتنفيذ .

المخرج الصحفى المنفذ (سكرتير التحرير التنفيذى) :

هو الشخص الذى يقوم بتنفيذ صفحات المجلة وفقا للماكيت ، فى صالة التوضيب فى حالة الطباعة البارزة ، وفى صالة المونتاج فى حالتى الطباعة الغائرة والملساء ، ويقوم بمراجعة البروفات ، واجراء الاختصارات اللازمة (٧٩) .

كبار المحررين أو رؤساء الاقسام Senior Editors

وهم كبار محررى المجلة المتخصصين كل فى مجال محدد ، المحرر الاقتصادى مثلا ، أو المحرر الفنى ، أو المحرر السياسى .. خاصة فى المجلة الجماهيرية العامة .

وهذا المحرر يكون فى الوقت نفسه كبيرا لمحررى قسم او باب ثابت داخل المجلة ، أو صفحة متخصصة ، ويعمل تحت مسئوليته عدد من المحررين ، اى انه رئيس القسم .

ومهمة هذا المحرر المتخصص اعداد مواد القسم او الباب الثابت او الصفحة المتخصصة ، وتوجيه محرريه ، والاشراف على اى موضوع عام ينشر خارج نطاقه ويتصل بتخصصه ، ويتابع الاحداث المهمة فى مجال تخصصه التى قد تكون موضوعا للغلاف فى عدد ما ، ويعتبر رئيس التحرير داخل القسم أو الباب أو الصفحة المتخصصة التى يشرف عليها ، وفى بعض الاحيان يكون له ركن أو عمود ثابت يوقعه بامضائه . وقد يطلق عليه اسم : كبير المحررين ، المحرر الـ ... ، رئيس القسم الـ .... ، محرر صفحة الـ .... ، أو محرر باب الـ ... .

كبير المراسلين Chief Correspondents

ويعتبر — فى المجلات التى تهتم بالتغطية الخارجية ولها توزيع خارجى ضخم مثل المجلات الفرنسية والامريكية العامة والاخبارية — اقدم المراسلين وأكثرهم خبرة وتمكنا من عمله .

المحررون Editors ، **والمندوبون** Reporters

هم محررو أقسام المجلة المختلفة ، وهم فى المجلات العامة ذات التوزيع الضخم والتبويب المنوع ، يوزعون على التخصصات المختلفة ،

وفقا لاقسام أو أبواب المجلة المختلفة ويكون الاعتماد الاساسى هنـــا على المحررين ، الذين يحصلون على الاخبار خلال اجراؤهم التحقيقات والاحاديث المختلفة ، أما فى المجلة الاخبارية فالاعتماد يكون اســاسيا على المندوبين الموزعين على المصادر المختلفة فى الداخل والخــــارج (المراسلين الخارجيين) ، وفى بعض المجلات ذات التوزيع الاقــل ، والاضيق فى عدد المحررين نجد أن معظم المحررين يعملون فى كل أقسام المجلة ولا توجد تخصصات ، أما المجلات المتخصصة ومجلات الهيئـــات فيقل عدد محرريها ومندوبيها ليتقلص الى جهاز تحريرى من خمسة محررين بينهم سكرتير التحرير والمشرف الفنى .

كتاب المجلة Staff Writers

وهم الكتاب الذين تنحصر مهمتهم فى كتابة مقالات وأجراء أحاديث ، أو عمل بحوث ودراسات بانتظام ، وأحيانا تخصص لهم زوايا أو أركان واعمدة ثابتة متخصصة ، وهم أعضاء ثابتين فى الجهاز التحريرى للمجلة وبعضهم يكون كاتبا بارزا فتضمه المجلة الى هيئة تحريرها لكى تستفيد من اسمه اللامع وارتباطه بالقراء وارتباط القراء بموضوعاته وابداعه ، أو يبدأ عمله فى المجلة أو فى مجلة أو جريدة أخرى كمندوب وكمحـــرر ويمر بمراحل العمل المختلفة فى المجلة ، ويلمع ويبرز اسمه ويصـــبح له أسلوبه الصحفى المميز وشخصيته الصحفية المســتقلة ، والى جانب هؤلاء الكتاب نجد بعض الرســـامين المحترفين للرسوم الســـاخرة والتعبيرية .

الاقسام المشتركة أو المعاونة :

وهى مجموعة الاقسام التى تتعاون مع جهاز التحرير بأكمله — وهى جزء منه — وتشارك بشكل مستمر فى انتــاج المجلة ، فى اعـــداد المـــادة الصـــحفية المكتوبة والمصـــورة والمرسومة قبل ارسالها الى المطبعـــة وهى :

— قسم التصوير الفوتوغرافى :

وقسم التصوير يقل عدد العاملين فيه أو يكثر حسب حجم المجلة وامكانياتها وعدد محرريها ففى المجلات الصغيرة المحلية أو المتخصصة قد لا يزيد عددهم عن ثلاثة ، ويستخدمون عدد قليل من آلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، أما فى المجلات الكبيرة (العامة القومية) فنجد عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيين للعمل فى المعمل ، ويمارسون عملهم من خلال آلات تصوير متطورة وعربات مزودة بأجهزة طبع وتحميض وأجهزة استقبال وارسال للصور ، وتجهيزات كاملة ومعمل متطـــور ،

تشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير فى المجلة ، وبعض المجلات الصغيرة قد لا يكون بها قسم للتصوير وانما تعتمد على مصورين من الخارج أو وكالات الانباء والصور والرسوم او مكاتب العلاقات العامة (٨٠) .

وايا كان حجم قسم التصوير فى المجلة فانه يضم عددا من المصورين والفنيين (الذين يقومون بالعمليات الفنية المختلفة من تحميض وطبع واجراء الرتوش فى الصورة و ... و .. ويشرف على هذا كله او يراسه ويديره كبير المصورين او رئيس قسم التصوير ، وفى بعض المجلات يكون بدرجة نائب رئيس تحرير ، وعادة ما يحضر اجتماعات مجلس تحرير المجلة الذى يضم رئيس التحرير وكبار معاونيه لتنسيق ووضع خطط لموضوعات المجلة المقبلة ومهمات المحررين الاسبوعية أو نصف الشهرية أو الشهرية أو ربع السنوية حسب دورية صدور المجلة ، وحضور رئيس قسم التصوير لهذا الاجتماع هدفه هو التنسيق بين عمل قسمه وباقى اقسام المجلة المختلفة لان قسم التصوير قسم مساعد لباقى اقسام المجلة ، ويعقد هذا القسم مثل غيره من اقسام المجلة اجتماعا او اكثر خلال الاسبوع يتم فيه عملين :

الاول : هو عملية تقويم Evaluation لنشاط افراد القسم فى العدد السابق والذى ظهرت نتيجته فى الصور المنشورة فى عدد المجلة الصادر صباح يوم الاجتماع . وتكون المقارنة مع باقى المجلات الاخرى (التى تكون من نفس الصيغة الصحفية او التخصص التحريرى) لمعرفة الجهد الذى بذله طاقم المصورين (افراد القسم) ، والصور المنشورة فى المجلة وما الذى امتازت به عن المجلات الاخرى أو تختلف فيه عن تلك المجلات .

والثانى : عملية تخطيط Planning لعمل القسم فى العدد الجديد ، أو بعبارة أدق تحديد المهمات المكلف بها كل فرد داخل قسم التصوير ، وهذا التخطيط لا ينبع من فراغ بل يتم من خلال التعاون مع رؤساء الاقسام المختلفة كالتحقيقات ، أو المرأة أو الرياضة أو الفن ، وحسب خطط كل قسم يضع قسم التصوير خططه وينسقها مع كل محرر فى قسم التحقيقات على سبيل المثال يخرج مصور صحفى ليقوم بتصوير الموضوع المكلف به هذا المحرر ، وقد يخرج بعض المصورين بتكليف خاص من قسم التصوير لعمل بعض الموضوعات المصورة المستقلة (٨١) .

ويحتفظ رئيس قسم التصوير أو كبير المصورين — المسئول عن القسم — عادة بمفكرة يومية Diasy — وفيها يسجل ما يتوقع من احداث وما يخطط من موضوعات ليرسل المصورين الى اماكنها ، وتكليف كل مصور منهم بمهمة محددة Assignment تسجل فى استمارة اوامر

تصوير أو ما يسمى فى دور الصحف المصرية (بون التصوير) أو (طلب تصوير موضوع) أو (أمر تكليف بتصوير) وفيه يحدد للمصور :

موعد التصوير ــ اليوم والساعة ــ اسم المحرر ــ الموضوع ــ مكان التصوير ــ عدد الصور ــ موعد صدور البون ــ اسم المصور ــ زمن تصوير الموضوع .

ويشمل الى جانب ذلك التعليمات الخاصة بتنفيذ الصورة التى يكلف بها فنيين المعمل (الغرفة السوداء) ويحدد فيها :

عدد الصور ــ مقاس الصور ــ مواعيد التسليم والاستلام ــ سكرتير التحرير المختص .

وتسلم هذه الاستمارة أو طلب تصوير الموضوع من التحرير الى قسم التصوير الذى يقوم بناء عليها بتكليف المصور (٨٢) .

وينبغى أن يكون التخطيط مرنا وأن يتواجد باستمرار مصور احتياطى متفرغ لمتابعة أى أحداث مفاجئة أو تعديلات جديدة فى خطة المجلة عامة وقسم التصوير بشكل خاص فيوجه القسم كل جهوده نحو هذه الاحداث أو التعديلات الجديدة وقد يلغى كل تخطيطه السابق ؛ والى جانب الصور التى يلتقطها مصورو المجلة يمكن للمجلة أن تحصل على الصور الفوتوغرافية من أكثر من مصدر مثل : المصادر الصحفية نفسها ، وكالات الانباء العالمية ، وكالات خاصة بالصور والرسوم وتستفيد فى هذا الصدد من الاجهزة الخاصة التى وفرها لها التقدم التكنولوجى مثل : جهاز التليفوتو الاوتوماتيكى ، وجهاز الراديو أو التلوجراف ؛ كما يستفاد من الجرائد والمجلات الاجنبية فى الحصول على الصور ، وكذلك من المصورين المحترفين ، والمصورين الهواة ، والجمهور ، وكذلك من مكاتب العلاقات العامة فى المصالح والهيئات والشركات ، وكذلك ادارات الاعلام ومكاتب الصحافة بالوزارات والسفارات والمؤسسات الكبرى التى تهتم اهتماما كبيرا بتوفير المعلومات والصور اللازمة التى تقدمها الى الصحف وأجهزة الاعلام عن نشاطات ومشروعات أقسامها وأجهزتها المختلفة ، كذلك يستفاد من قسم المعلومات فى الحصول على الصور من أرشيف الصور (٨٣) .

قسم المعلومات والبحوث :

ويرأسه محرر أو رئيس قسم المعلومات ويضم داخله ثلاثة قطاعات :

١ ـ الارشيف :

وهو كما يعرفه الاستاذ ابو الفتوح حامد عودة « مجموعة من المواد الضخمة التى تتضمن المعلومات التى تفيد فى الحقل الصحفى والتى تتجمع على مرور الزمن نتيجة العمليات المستمرة لتجميع المواد عن طريق اختيار القصاصات من الصحف وتجميع الصور والخرائط والنشرات وما شابه ذلك .. وهذه المواد لابد أن تكون مرتبة طبقا لخطط الترتيب التى تصنفها قواعد الفهرسة ، وأن تكون جاهزة للتقديم بمجرد طلبها ، وأن تكون من الانواع التى تفيد الصحفى فى مجالات عمله » (٨٤) .

ويتضمن الارشيف : المعلومات والصور ، المعلومات فى شكل قصاصات (واحيانا ميكروفيلم) وملخصات عن موضوعات واشخاص وقضايا وتقوم أفضلية اختيار ما يقص من الصحف (جرائد ومجلات) على ما يلى :

- المادة الصحفية التى يوقعها أصحابها كالمقال والعمود والتحقيق .. الخ ..
- الاخبار التى تم حدوثها فعلا وليست المتوقعة او المحتملة ..
- احتياجات التحرير .

والى جانب ذلك نجد بعض الوثائق ، والمعلومات عن بعض الاشخاص ، واصول بعض الموضوعات .

وكذلك تميل بعض دور الصحف الى الاحتفاظ بأصول كل الموضوعات المنشورة وغير المنشورة وكل خطابات الجريدة والمراسلات التى تتم بين رئيس تحريرها والقراء والمسئولين .

اما الصور : فتشمل كل اصول الصور التى حصلت عليها المجلة من المصادر السابق ذكرها سواء نشرت أم لم تنشر ، وترتب الصور أبجديا بالنسبة لاسماء الاشخاص أو الموضوعات أو الاثنين حتى يمكن الوصول الى الصور المطلوبة بسرعة وبسهولة وبالاضافة لهذا الارشيف فى بعض الدور الصحفية نجد أن لقسم التصوير أرشيفه الخاص به .

ويحتفظ فى أرشيف الصور بالسالبيات nagtives (واحيانا فى أرشيف قسم التصوير) ، وكذلك بالانماط المعدنية الجاهزة (الكليشيهات) التى تشمل :

كليشيهات الاعلانات ، كليشيهات الرسوم — كليشيهات صور الشخصيات — كليشيهات صور الاماكن والاشياء والرسوم الكاريكاتورية — كليشيهات الابواب والعناوين الثابتة وكليشيهات الرموز ، ويستفاد من هذه الكليشيهات فى امكانية الحصول عليها بسرعة وتوفير الوقت وطبعها بسهولة فى آخر لحظة ، كما يجعل وجود أصول الصور والسابيات عمل المخرج الصحفى اكثر مرونة لانه يسهل عمل الانماط المعدنية المطلوبة دون تقيد بالنمط المطبوع من قبل (الكليشيه) .

ولابد من وجود نبذة ترفق بكل فيلم او صورة لتسهيل عملية الاخراج وسرعته أيضا تحدد موضوع الفيلم أو الصورة وتاريخ التقاط الصور ونشرها وتلجأ المجلة الى الارشيف للحصول على الصورة أو النمط المعدنى (الكليشيه) فى الحالات التى لا تتطلب التقاط صور جديدة لشخص أو لمكان او لموضوع ما أو يتعذر فيها ذلك (٨٥) .

٢ — المكتبة :

وهى هامة للمحرر فى المجلة فمهنته تتطلب تطوير معلوماته ومداومة الاطلاع وهو ما يطلق عليه تعبير التعليم الذاتى ، واضافة الى ذلك فان طبيعة تحرير المجلة والمضمون المقدم فيها والذى يغلب عليه الجانب التفسيرى والتحليلى ، والبحث المتعمق وراء الجذور والاسباب عكس الجريدة التى تسعى وراء الجانب الاخبارى والسبق الصحفى ، تتطلب هذه الطبيعة الاعتماد على الرجوع الى المكتبة الصحفية فى المجلة التى تضم فى الغالب : دوائر المعارف والاطالس والادلة واحدث الكتب والمراجع العلمية والمجلات والجرائد المحلية والاجنبية ، وكل الاعداد التى صدرت من المجلة منذ عددها الاول .

٣ — قسم البحوث :

وهو قسم يضم مجموعة من المحررين الباحثين الذين يقومون من حين لاخر باعداد البحوث والدراسات اللازمة التى يحتاجها التحرير ويطلبها رئيس التحرير أو معاونيه أو احد رؤساء الاقسام .

وهكذا نرى أن قسم المعلومات فى المجلة أو الجريدة ، أو الارشيف الصحفى كما يحب البعض أن يطلق عليه حتى اليوم استمرار للتسمية القديمة التقليدية له يتكون كنظام للعمل من ثلاثة أجزاء أو مكونات رئيسية هى (٨٦) :

١ — المادة : وتمثل المدخلات Jnputo ، وهى البيانات التى تغذى الارشيف من مختلف أوجه المعرفة ، فهى تشمل المراجع والقواميس

ودوائر المعارف والكتب ومجلدات الصحف (جـرائد ومجلات) والكتيبات ومطبوعات الحكومة والاحصائيات وقصاصات الصحف التى تعد المورد الرئيسى للارشيف ، والى جانب ذلك تضم مادة الارشيف اصول الصور والرسوم الكاريكاتورية والخرائط والفهارس .

٢ ـــ العمل وهو الجزء الثانى من اجزاء الارشيف ، ويمثل تشـــغيل وتحليل واختيار المادة . وذلك بحصرها دون تشويه أو تحريف واضافتها الى مجموعاتها ، وقص المعلومات وفق الفهرسةوالتصنيف المتبع . ثم تحديد مكان لكل ورقة أو مادة على الارفف وفى الدواليب والادراج بحيث يمكن الوصول اليها بمجرد طلبها فى سهولة ويسر ، وفى هذا الجزء من اجزاء العمل تتحول المادة بفضـــل الجهـــــد البشرى من مدخلات الى مخرجات Outputo تتمثل فى المعلومات الجاهزة للطلب والافادة منها .

٣ ـــ الخدمة : تمثل الجزء الثالث من اجزاء الارشيف وهى مســــاعدة المحررين والباحثين على استكمال موضوعاتهم وارشادهم الى مـــا يرجعون اليه فى الموضوعات ويتصل بهذه الخدمة اهتمام العاملين فى الارشيف الصحفى بالحصول على أحدث المعلومات ثم السرعة فى تقديم المعلومات للمحررين والباحثين .

ويشترط البعض أن تكون المواد التى يحفظها الارشيف الصحفى ـــ او قسم المعلومات فى الصحيفة جريدة أو مجلة ـــ أن تكون ملائمة للعمل الصحفى ، وأن تكون صـــحيحة وغير ضـــــارة بالمجتمع ، وينبغى تجنب التـــكرار ، والاســـتهلاك الدورى للمـــواد التى تفقـــد قيمتهـــا ليحل محلها الجديد .

ومهمة هذا القسم هى تزويد المحررين بكل المعلومات والخلفيـــات التى يحتاجونها لاستكمال موضوعاتها قبل النشر ، ومراجعة الموضوعات قبل النشر من ناحية دقة المعلومات .

ـــ قسم المراجعة : ويراسه كبير المراجعين Copy editor .

ويضم مجموعة من المراجعين الذين يتولون قراءة الموضوعات التى يرسلها اليهم رئيس التحرير أو معاونوه أو رؤساء الاقسام ، والمراجع يشبه الآلة التى تقوم بقطع الماس فى دقة وعناية بحيث تحافظ عليـــه ولا تشوهه ، بل أنها قد تعطيه شكلا أروع من شكلة الاصلى ، وقـــد يعدلون فى صياغة بعض الموضوعات ، يحذفون منها ، أو يضيفون اليها ، يكتبون عنوانا جديدا ، يدمجون أكثر من موضوع معـــا ، ويخرجون بأكثر من موضوع من موضوع واحد ، وهم عصب المجلة الحديثة لانهم يحفظون

توازن الاسلوب فيها ويجعلونه كله نغمة واحدة ، ويجعلون للمجلة لهجة أو لغة موحدة ، وهم لا يستطيعون أن يخلقوا موضوعا جيدا من مادة مجموعة بشكل غير متكامل ومكتوبة بشكل ردىء ما ولكنهم يستطيعون أن يخرجوا موضوعا عظيما من مادة مجموعة بشكل جيد ، معلومات كثيرة، عيبها الوحيد أنها كتبت بشكل ردىء فقط .

ب- قسم التصحيح : ويرأسه كبير المصححين Copy editor

ويضم مجموعة من المصححين مهمتهم مراجعة الموضوعات بعد جمعها (وبعض المجلات قبل الجمع) ثم بعد طبع بروفات الصفحات ، قبل الطبع ، للتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية .

الكاتب الحر (المصاحف) Non - Staff Writer (Freelancer)

الكاتب الحر أو المصاحف Freelancer (*) هو شخص لايعمل عضوا ثابتا فى جهاز تحرير المجلة ، لكن يكتب فيها ، ويرتبط بها ، لا يلتزم بالعمل بها كوظيفة ، وقد يكون محررا أو كاتبا أو مصورا أو رساما ، لكنه يعمل حرا طليقا لحسابه الخاص ، وبشروطه ، فهو رئيس تحرير نفسه ، يعمل عندما يرغب فى العمل ويضع خططه ويمارس مسئولياته بنفسه .

وتعتمد المجلات على المصاحفين أكثر من اعتماد الجرائد عليهم ، بحكم أن الجرائد تعتمد على التغطية الاخبارية المنتظمة من طاقمها التحريرى أو من وكالات الانباء ، أما المجلات فمواردها أكثر تنوعا ولديها وقت أطول، ويمكنها أن توظفهم حسب خططها طويلة الاجل ، بشكل منتظم ، وتستفيد من تخصصاتهم المختلفة المتنوعة والتى تسد حاجات لا يؤديها أعضاء طاقمها التحريرى .

وتنتشر ظاهرة المصاحفة ، أو الكتابة للجرائد والمجلات من الخارج ، فى الدول الكبرى ، التى يصدر فيها عدد ضخم من الجرائد والمجلات ، خاصة المجلات الجماهيرية العامة ، والمجلات ذات التخصص الدقيق حيث يلعب المصاحف هنا الدور الاكبر والاهم ويعتمد عليه بشكل أساسى (٨٧) .

وبعض هؤلاء المصاحفين قد يكونون كتابا محترفين متفرغين لعملية

(*) Freelanclr كلمة انجليزية تعود أصلها الاولى الى الحياة العسكرية ، حيث كانت تطلق على الشخص المحارب ، أو الفارس الذى يبيع قوته وقدرته على القتال الى الملوك أو القادة الحربيين (العسكريين) ، ولكن فى عصرنا الحالى أصبحت تطلق على الشخص غير المرتبط ، والذى لا يخضع لسلطة ، مثل الكاتب .

المصاحفة ، ولا يرتبطون بمجلة معينة ، وبعضهم يعملون فى وسائل اعلامية اخرى ، محررين او مذيعين أو رجال علاقات عامة ، وبعضهم يعمل اعمالا اخرى لا علاقة لها بالكتابة .

وبعض المصاحفين يتصل برئيس التحرير مباشرة ، أو عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع Querry letter ، أو عن طريق وكالة معينة تسوق أعماله Syndicate ، أو وكيل خاص به Agent واذا ما تلقى الموافقة ، يكتب موضوعه ويرسله هو او الوكالة أو الوكيل الى رئيس تحرير المجلة ، وعادة ما تحصل الوكالة أو الوكيل على عمولة Commission نظير تسويق المواد التى ينتجها المصاحفون (٨٨) .

وفى مصر ، لا توجد ظاهرة المصاحفة ، بشكلها التقليدى ، أى الكتاب والمحررون المحترفون الذين يعتمدون فى كسب عيشهم على الكتابة للجرائد والمجلات العامة الجماهيرية والمتخصصة ، بل ان معظم الكتاب والمحررين المصريين الذين يعملون اعضاء فى طاقم تحريرى بمجلة او جريدة يعملون مصاحفين فى اخرى .

ومرد ذلك يعود الى واقع الصحافة المصرية الذى يتضح فى :

أ ــ اكتظاظ الجرائد والمجلات المصرية العامة (القومية) بعدد كبير من المحررين والكتاب الذين يزيد عددهم عن احتياجات جرائدهم ومجلاتهم .

ب ــ عدم ازدهار الصحافة المتخصصة ، التى تحتاج قدرا كبيرا من المصاحفين .

حـ ــ عدم وجود صحافة اقليمية حقيقية ــ بل مجرد نشرات يومية ــ وهى التى تعتبر البداية الطبيعية للكاتب المصاحف .

د ــ معظم كتابنا الكبار يعملون ككتاب بشكل ثابت فى جرائد أو مجلات ولا يكتبون لغيرها من المجلات أو الجرائد المصرية .

لذلك نستطيع تقسيم الكتاب المصاحفين فى مصر الى خمس فئات رئيسية :
الفئة الاولى :

كتاب روائيون ومفكرون يكتبون المقالات الطويلة والبحوث والروايات المسلسلة والقصص القصيرة وينشرونها فى اكثر من مجلة وجريدة ، فى الداخل والخارج ، مثلاً :

نجيب محفوظ ينشر قصصه فى جريدة الاهرام ومجلة اكتوبر ، ومجلة الدوحة القطرية ، واحسان عبد القدوس يكتب فى . الاهرام واكتوبر واحيانا فى روزاليوسف ومجلة الشرقيه وجريدة الشرق الاوسط (العربية التى تصدر فى لندن) ، وانيس منصور يرأس تحرير مجلة اكتوبر وينشر فيها مقالاته . والى جانب ذلك يكتب عموده اليومى « مواقف » فى جريدة الاهرام ، ومصطفى أمين يكتب عموده اليومى « فكرة » فى جريدة الاخبار ، وفى جريدة الشرق الاوسط ، ورشدى صالح رئيس تحرير آخر ساعة ينشر قصصه فى آخر ساعة وروزاليوسف وبعض الجرائد العربية (حتى وفاته فى منتصف العام الماضى) .

الفئــة الثانيــة :

كتاب ومحررون صحفيون يعملون بشكل ثابت فى الاجهزة التحريرية لجرائد ومجلات قومية ، والى جانب ذلك يمارسون العمل الصحفى (هنا التحرير الصحفى المتخصص) فى جرائد ومجلات متخصصة كجرائد « الاهلى » و « الزمالك » و « الكورة والملاعب » ، ومجلات « السينما والمسرح » و « السينما والناس » و « الشاشة الصغيرة » و « الهلال » و « الثقافة » ، وبعض جرائد ومجلات النقابات والاتحادات المهنيــة .

الفئــة الثالثــة :

خبراء ومتخصصون فى مجالات معينة كالطب أو الزراعة او العمل، ويعملون ككتاب ومحررين فى الجرائد والمجلات المتخصصة التى تصدر عن النقابات والاتحادات والشركات ومراكز البحث العلمى .

الفئــة الرابعــة :

كتاب ومحررون يعملون بانتظام فى الاجهزة التحريرية لجرائد ومجلات قومية عامة ، ومتخصصة ويساهمون فى تحرير الجرائد والمجلات العربية التى تصدر فى العالم العربى ، أو فى خارجه باللغة العربية ، خاصة صحف الخليج العربى والسعودية ولبنان ، والصحف العربية فى لندن وباريس .

والفئات الاربع السابقة لا تتعامل معها الجرائد والمجلات المصرية أو العربية عن طريق الوكالات الصحفية المتخصصة ، أو عن طريق وكلاء لهؤلاء الصحافيين ، بل عن طريق الاتصال الشخصى بالكاتب أو المحرر أو بمدير أعماله أو بسكرتيره الخاص — ان وجد — ، وكذلك عن طريق

المكاتب الرسمية للصحف العربية فى القاهرة مثل : مكاتب « جـريدة الشرق الاوسط » و « جريدة عكاظ » السعودية و « مجلة العـربى » الكويتية و « جريدة الدستور » الاردنية ، وغيرها من المكاتب ، او عن طريق بعض الكتاب أو المحررين المصريين الذين يتولون ادارة أعمـال هذه الصحف فى مصر بشكل غير رسمى وغير معلن تهربا من الضرائب ، ومن مساءلة مؤسساتهم الصحفية ، أو لوجود بعض الخلافات السياسية بين هذه الصحف العربية وبين الخط السياسى الوطنى المصرى ، ونتيجة لذلك ظهرت فئة جديدة من المحررين الصحفيين كونوا ما يشبه الوكالات الصحفية الصغيرة ، التى تذكر بنشأة الوكالة الصحفية فى القرن الثامن

عشر ، حيث سميت حينئذ وكالة الشخص الواحد One man agency وهى تعمل ايضا بشكل غير رسـمى حيث يكلف هذا المحـرر الكتاب والمحررين الاخرين بموضوعات معينـة ، نظير أجـر معين يتفـق عليه ، ويتولى هو تسويق هذه الموضوعات الى الوكالات والصحف التى يتعامل معهـا .

وقد دخلت وكالة انباء الشرق الاوسط ـ الوكالة الرسـمية الوحيدة للأنباء فى مصر ـ المنافسة بانشائها قسما للموضوعات تتـولى عن طريقه تسويق الموضوعات المختلفة الى الجرائد والمجلات العربية ، ونجح هـذا القسم نجاحا ملحوظا ، ويغطى عـددا كبيرا من الدول العربيـة .

الفئـة الخامسة والاخيرة :

كتاب ومحررون صحفيون يعملون كمراسـلين لجـرائد اجنبية ، ومجلات ووكالات للأنباء ، وشبكات للاذاعة والتليفزيون ، فى افريقية ، وفى أوروبا ، وفى آسيا ، وفى الولايات المتحدة الامريكية ، بشكل رسمى ، وهؤلاء جميعا يضمهم ـ مع المراسلين الاجانب فى مصر ـ جمعية المراسلين الاجانب فى مصر (٨٩) .

المصاحفـة الناجحـة :

وينصح خبراء الصحافة واساتذتها ، وكبار الصحفيين ، المصاحف المبتدىء باتباع أربع خطوات ، لكى ينجح فى عمله (٩٠) :

الخطوة الاولى : دراسة السوق بعناية :

وذلك عن طريق فحص المجال الذى يهوى الكتابة فيه ودراسته ، فهو يستطيع بسهولة أن يجد أسواقا مفتوحة معينة لكتاباته ، وعليه أن

يقرا ـــ وهذا يسير فى الخارج ـــ ادلة المجلات والجرائد ، ويحـــلل اتجاهاتها والمقالات التى تتطلبها ، ويختار نمطا منها ويبدا فى دراســة اسلوب كتابته ، طول مقالاته ، وجهة نظر المجلة فى القضايا العامة ، يتم ذلك بقراءة اكثر من عدد من اعداد المجلة .

الخطوة الثانية : اقامة صلات جيدة :

فالمفاتيح الجيدة للمصاحفة الناجحة تكمن فى اقامة صلات قــوية ومستمرة ووثيقة مع رؤساء التحرير والوكالات ووكلاء الناشرين ، اى القوى المؤثرة فى سوق النشر .

الخطوة الثالثة : وضع الافكار الجديدة .. وكتابتها :

ويتم ذلك بعد دراسة المجلات الموجودة ، والافكار التى عالجتها والتى لم تعالجها ، وتأتى من اكثر من مصدر : الملاحظة ، القــراءات المختلفة ، قراءة المجلة نفسها ، ثم يصل الى معالجة جيدة لفكرته فى اسلوب قوى مؤثر ومناسب للمجلة .

الخطوة الرابعة : التنفيذ (وصول الموضوع الى المجلة) :

وهو هنا تسليم الموضوع الى المجلة التى يتعامل المصاحف معها ، بعد الاستقرار على المجلة التى يرغب فى الكتابة اليها ، ولكن عليه قبل أن يقدم الموضوع الى المجلة بعد صياغته أن يتأكد :

١ ـــ انه لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها فى موضوع آخر فى تلك المجلة خلال السنوات الاخيرة ، لذلك تبــدو استشارة رئيس التحــرير مسألة مهمــة .

٢ ـــ أن لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها عدة مرات فى مجلات اخرى كثيرة، واذا حدث ذلك فينبغى أن يكون له معالجة أخرى ومعلومات طازجة، ورؤية مختلفـــة .

٣ ـــ عنوان الموضوع ، وفقرة المتقدمة من الضرورى العناية بهابدرجة تقدر معها على جذب انتباه رئيس التحرير ، وتجعله يريد أن يقرا ما فى داخل الموضوع .

٤ ـــ أنه جهز مخطوط الموضوع ، بشكل يتفق مع القواعد الشـــائعة فى دور الصـــحف من حيث اســـتعمال الورق واســـلوب تنظيم الصـــفحة .

٥ ــ ان هناك صورا واضحة ومهمة أو اقتراح عبارة مصورة مناسبة تصاحب الموضوع ، اذا كانت الصور غير متاحة .

٦ ــ انه وضعه فى مظروف مسطح Mailed Flat غير مدور ، ويصحبه طابع بريد لاعادته الى المرسل .

٧ ــ الاحتفاظ بنسخة كربونية من المقال حتى يمكن التغلب على مشكلة فقدان المقال فى البريد .

والآن .. كيف يسير دولاب العمل داخل الجهاز التحريرى لمجلة اسبوعية عامة (جماهيرية) على سبيل المثال :

١ ــ يجتمع رئيس التحرير ومعاونوه ورؤساء الاقسام لتقويم العدد الجديد الذى صدر ، والتخطيط للعدد الجديد .

٢ ــ تجتمع الاقسام المختلفة لكى تناقش العدد وتقومه ، وتخطط العدد الجديد ، ويقترح المحررون الموضوعات ، ويوافق عليها ، ويتم تكليفهم بموضوعات أخرى .

٣ ــ قد يكلف المحررون بموضوعات أخرى خلال الاسبوع غير ما اتفق عليه مع مسئول القسم أو رئيس التحرير ، وذلك وفقا لتطور الاحداث .

٤ ــ ينفذ المحررون الموضوعات ويجهزونها للنشر ، بعد تزويدها بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم .. وهنا تبدأ نسخة الموضوع Copy فى التحرك حتى يتم طبع المجلة .

ــ يقوم المحرر بتسليم الموضوع الى مسئول الباب أو القسم أو الصفحة المتخصصة .

ــ يقرأ المسئول الموضوع ، واذا كان لديه ملاحظات يوجه المحرر لتنفيذها .

ــ اذا وافق عليه يسلمه الى احد معاونى رئيس التحرير الذى يقرأه ، واذا وافق عليه كما هو ، يرسل الى المشرف الفنى ، واذا احتاج الى مراجعة فى صياغته يرسل الى كبير المراجعين فى قسم المراجعة ، وبعد اعادة صياغته يعود الى معاون رئيس التحرير ، الذى يرسله الى قسم المعلومات لمراجعته من ناحية المعلومات ، ويعود اليه مرة أخرى ثم يقوم معاون رئيس التحرير

بتسليمه الى المشرف الفنى الذى يحدد المساحة التى سيشغلها وأسلوب اخراجه ، ويسلمه الى المخرج الصحفى (الفنى) الذى يقوم برسم الماكيت ويحـــدد شـــكل الموضـــوع على الصفحة ويرسل المواد المـــكتوبة الى الجمع والصـــور الى الحفـــر أو التصوير .

— فى صالة الجمع ، أو صالة المونتاج يشرف المخـــرج الصحفى (المنفذ) على توضيب المجلة .

— ترسل البروفات الى قسم التصحيح ليراجعها المصـــححون مطبعيا (طباعيا) قبل الطبع ، ثم ترسل البروفات الى المطبعة لتنفيذ التصحيح ، ثم تاتى البروفات النهائية الى قسم التصحيح مرة أخرى ، لتراجع ، ثم ترسل البروفة النهائية الى المشرف الفنى ليراجعها فنيا ، ولرئيس التحرير أو أحد معاونيه ليعطى أمر الطبع ، وتطبع المجلة (٩١) .

خامسا : قرارات على المســتوى التنظيمى

وهذه القرارات التى يتخذها المخطط لاصدار المجلة ، وتتعلق بتنظيم اسلوب العمل فى اقسام او قطاعات المجلة المختلفة بهدف الوصول الى تنظيم المؤسسة الصحفية التى ستصدر المجلة ، وتصــميم الخريطة او الهيكل التنظيمى للمؤسسة .

١ ـ تنظيم المؤســـة الصــحفية

التنظيم كعمليـــة :

عبارة عن وضع نظام علاقات بين اشخاص منسق اداريا من اجل تحقيق هدف مشترك (٩٢) .

ويحكم تنظيم العمل فى اى مؤسسة صحفية تصدر جريدة او مجلة أو عدة جرائد او مجلات ، أو كليهما عدة انماط تنظيمية .

الاول : الاسلوب الهرمى أو الخطى : Pyramidic or line type

الذى تصدر فيه السلطة بواسطة الترتيب او الالقـــاب بتفويض غير مســئول لمواقع عالية ، وافضل نموذج له هو المؤسسة العسكرية ، ومن الواضح تماما أن مثل هــذا النمط من التنظيم لا يمكن أن يــكون ناجحا فى صحيفة .

الثانى : الاسلوب الوظيفى : Functional tyue

حيث تكلف السلطة حسب مستويات العمل أو الواجبات الخاصة ، مع أخذ كل وظيفة للسلطة النهائية الخاصة بهـــا الاسلوب الــوظيفى الاصيل ، لا يكون عمليا بالنسبة لصحيفة بسبب ان الاقســــام سوف تكون بشكل عـــام بعيدة بعضها عن بعض أو متنافســــة بدلا من أن تكون متعاونة .

الثالث : الانتاج الخطى والانتاج Line and Staff Production

هو مزيج من النظامين السابقين وتتدرج الرقابة فيه من أســـفل الى أعلى ، بحيث يكون لكل طبقة أو مرحلة السلطة النهائية ، الاقسام

ــ فى المجلة مثلا ــ يراسها مسئولون منفذون تابعون مباشرة لمنفذ رئيسى ، ولكن مع اعطاء كل قسم مسئولية كاملة وسلطة .

وهذا النمط من التنظيم يناسب نظام العمل داخل مجلة متعددة الاقسام ، لانه يزود برقابة على كل الاقسام ، مع السماح بحرية العمل داخل كل قسم .

فرئيس القسم الميكانيكى :

على سبيل المثال ، قد يكون رئيسا لرئيس قسم قاعة عمال الجمع ، ولكن الاخير يكون له السلطة النهائية فى قضايا قاعة الجمع ، وعماله يعرضون مشاكلهم مباشرة عليه اى على رئيس القسم الميكانيكى .

واذا اراد مدير الاعلانات ان تصاحب قصة خبرية اعلانا عن افتتاح متجر ــ لن يكلف مندوبا أو مخبرا بالقصة ولكنه سوف يتجه الى محرر المدينة (رئيس قسم الاخبار) الذى لديه السلطة الكاملة على تغطية الاخبار المحلية كلها . واذا علم مدير التحرير ان موزعى المجلة قد قاموا بطى النسخ بحيث يتمزق الغلاف قبل تسليمه الى القارىء ، فسوف يستوضح مدير التوزيع ليعطى تعليماته للموزعين ، أو قد يستوضح المدير التجارى ليتصل بدوره بمدير التوزيع .

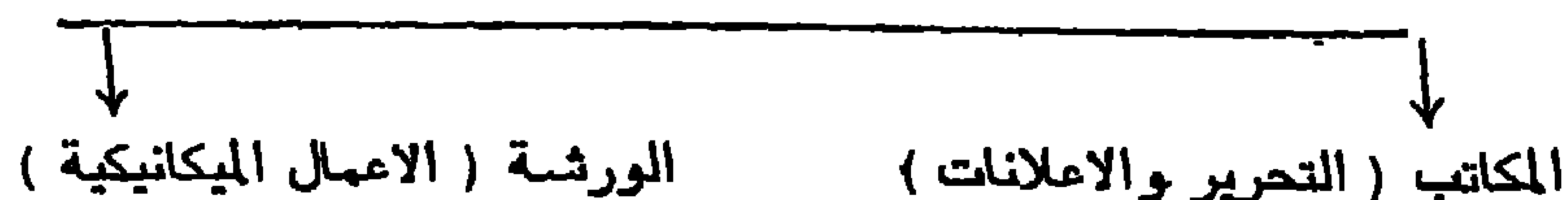
ومجالات السلطة هذه تجعل من الممكن ان يعمل كل قسم مستقلا ، بينما التنظيم الهرمى بين رؤساء الاقسام يجعل من الممكن التنسيق والتعاون بينهم على أساس دائرى (٩٣) .

ويتوقف اتساع التنظيم وضيقه على حجم الصحيفة وعدد محرريها، وطبيعة اقسامها والناشر نفسه ، ونوع ملكية المجلة وحجم قرائها وظروفها الاقتصادية .

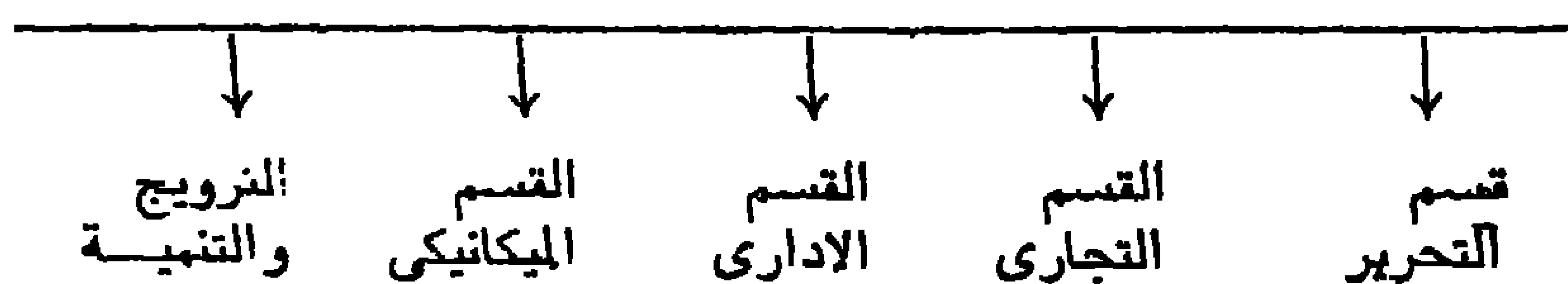
فى الصحف الاسبوعية والصحف اليومية الصغيرة وكذلك المجلات الصغيرة يوجد فى العادة قسمان يطلق على الاول (المكاتب) أو التحرير الآن ، وعلى الثانى (الورشة) أو المطابع ، ويتم تسليم الاخبار والموضوعات والاعلانات فى المكاتب حيث تحرر الاصول وتجرى كل الاعمال المتصلة بالصحيفة . أما الاعمال الميكانيكية المتعلقة بالصحيفة فمكانها الورشة حيث تجمع اصول الصحيفة وتطبع (٩٤) .

وفى بعض المجلات الصغيرة ، التى ليس لها مطبعة خاصة لا نجد الا قسما للتحرير (.مكاتب) فقط تكون مسئولة عن الاخبار

والموضوعات والاعلانات اما الاعمال الميكانيكية فيعهد بها الى مطبعة خارجية يتم التعاقد معها .



واذا انتقلنا الى المؤسسات المتوسطة والكبيرة نجد انها تتكون فى العادة من خمسة اقسام او ادارات يعمل فيها أفراد تدربوا تدريبا خاصا سواء عن طريق الدراسة المنظمة أو عن طريق الخبرة وهى :



١ ـ قسم التحرير :

يضم قاعة الاخبار ، قاعة اعداد الاصول ، المطبخ الصحفى وقاعة التحرير ، وقسم التصوير ، والمكتبة والمعلومات .

٢ ـ القسم التجارى :

ادارة الاعلان ، وادارة التوزيع ، وقسم الطبع التجارى .

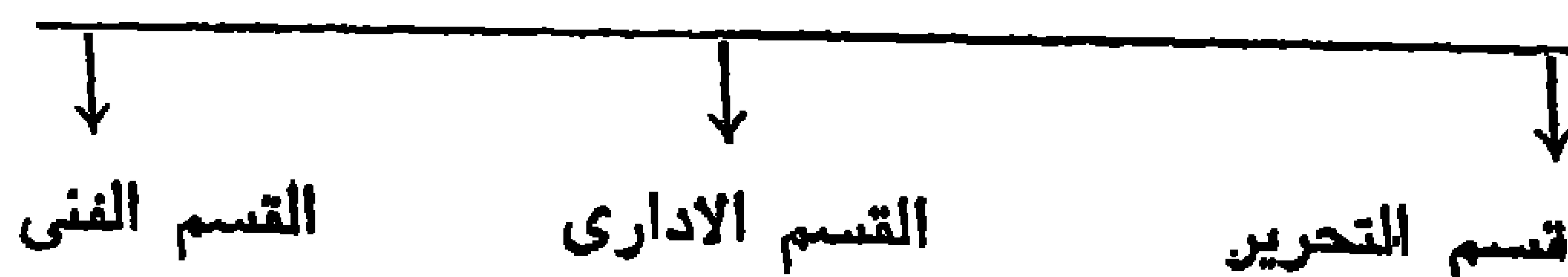
٣ ـ القسم الميكانيكى :

قاعة الجمع وورشة صب الفورم ، وورشة الحفر ، وورشة الطبع فى حالة الطباعة البارزة .

٤ ـ القسم الادارى :

٥ ـ قسم الترويج والتنمية (٩٥) .

وقد تتكون الصحيفة أو المجلة من ثلاثة اقسام رئيسية هى : ـ



١ ــ قسم التحــرير :

ويضم رئيس التحرير ونوابه ومدير التحرير ورؤساء الاقســـام والمحررين ويتبع رئيس التحرير ادارات المراجعة والتصحيح والمعلومات ، وسكرتارية التحرير الفنية وقسم التصوير .

٢ ــ القسم الادارى :

ويراسه مدير عام ويضم الاعلانات وادارة التوزيع والاشتراكات وادارة المشتريات وادارة شئون العاملين .

٣ ــ القســم الفنى :

المطبعة ، حجرة الجمع ، القسم الهندسى (٩٦) .

٢ ــ تصميم الخريطة التنظيمية او الهيكل التنظيمى للمؤسسة

الخريطة التنظيمية :

هى شكل يصور الهيكل التنظيمى الذى يقوم عليه البنيــان التنظيمى لاى منشاة او منظمة ، او هى الشكل الذى يبين وضع كل عضو بالجماعة بالنسبة لغيره والعلاقات التى تربط الاعضاء بعضهم ببعض حتى ينجز العمل الذى رسمته الجماعة بنفسها ــ أو رسم لها ــ بأكبر قــدر من الكفاءة اذ يقوم كل عضو بما يخصه من ذلك العمــل فى انسجام تام مع باقى الجماعة ، الامر الذى توضحه الخريطة بصورة مرئية .

وقد يطلق عليها أحيانا لفظ (الهيكل التنظيمى) وهى تستخدم الرسم فى تخطيط شكل يوضح كافة نواحى النشاط الــذى تقوم به جمــاعة ما موزعا على وحدات او أجهزة ادارية ويبين فى ذات الوقت كافــة العلاقات التى تربط بين تلك الاجزاء وبعضها ، وموقع كل جهاز بالنسبة للآخر ، وتتكون الخريطة فى العادة من عدد من المفردات وعدد من الخطوط التى تربط بين تلك المفردات .

والمفــــردات :

هى أشكال هندسية كالمربع أو المستطيل او الدائرة ، ويعبر كل شكل منها عن فرد له اهمية فى البنيان التنظيمى ، أو عن جهاز من أجهزة ذلك البنيان ، وفى بعض الاحيان يراعى مصممو الخرائط التنظيميــة أن

تكون مساحة الشكل الهندسي متناسبة مع أهمية الفرد أو الجهاز ومع الموقع فى المستويات الادارية التى يتكون منها التنظيم .

أما الخطـــوط :

فمنها ما يكون راسيا أو أفقيا أو مائلا ، وهى تعبر عن علاقات السلطة من أعلى الى اسفل أو المسئولية من أسفل الى أعـــلى ، أو عـــلاقات المشاركة والتعاون بين الاجهزة التى تقع فى مستوى واحد أو العلاقات الاستشارية بين الاجهزة الواقعة فى مستويات مختلفة (٩٧) .

وكمثال للهيكل التنظيمى أو الخريطة التنظيمية لمؤسسة صـــحفية كبيرة تصدر مجلة ، الشكل التالى (*) :

سادسا : قرارات على المستوى القانونى

بعد ان يستقر المخطط على الشكل العام للمشروع ، ويبدا كيانه المادى والبشرى فى الاتضاح ، وفى بعض الاحيان قبل ذلك — يبدأ فى اتخاذ بعض القرارات او الاجراءات التى تعطى لهذا المشروع الصحفى صغير الحجم أو متوسطه أو كبيره الذى ستصدر به المجلة ، الكيان القانونى للذى يلائمه ، وذلك عن طريق : اختيار الشكل القانونى للمشروع ، والحصول على ترخيص او موافقة على اصدار المجلة .

١ — اختيار الشكل القانونى للمشروع

وتؤثر فى ذلك الاختيار عوامل كثيرة ، من اهمها : اجراءات التأسيس ونفقاته ، ومقدار رأس المال اللازم للمشروع ، ودرجة الميل الى المخاطرة أو الخوف من المستثمرين ، ومدى استعداد المؤسسين فى المستقبل للاشتراك فى ادارة النشاط ، ومدى حياة المشروع ، وما يحتاج اليه من توسع فى المستقبل ، وما تفرضه الدولة من قواعد باجراءات وما تسنه من قوانين منظمة تؤثر فى كيان المشروع ونظامه (٩٨) .

فبصفة عامة كلما قل رأس المال اللازم للمشروع ، وكذلك قل حجم الامكانيات المادية والقدرات الادارية والفنية المطلوبة ؛ قلت درجة المخاطرة التى تتعرض لها الاموال فى المشروع وامكن أن ينهض بالمشروع شخص واحد فى صورة مشروع فردى ، أو عدد من الاشخاص يكونون فيما بينهم شركة من شركات الاشخاص . لكن كلما كبر حجم رأس المال وحجم الامكانيات المادية والبشرية وزادت فى الوقت ذاته درجة المخاطرة التى يتعرض لها رأس المال ، حتم ذلك أن ينهض بالمشروع مجموعة كبيرة من الاشخاص يستطيعون تدبير رأس المال المطلوب ويخاطرون بقدر معين من أموالهم وتكون مسئوليتهم محدودة بقدر حصصهم فى رأس المال ، يكون هذا المشروع فى الغالب فى صورة شركة من شركات الاموال .

ومن عوامل تحديد الشكل القانونى للمشروع مدى دوامه ؛ فاذا كان نشاط المشروع بطبيعته يمتد زمنا طويلا حتى تؤتى ثماره ؛ أو يمتد لفترة زمنية طويلة ، فانه فى هذه الحالة يأخذ المشروع شكل الشركة المساهمة (احدى شركات الاموال التى لا ترتبط بحياة المساهمين فى تكوينها) .

ولكل نوع من هذه المشروعات أحكامه الخاصة التى يضعها القانون التجارى منظما ما يبرمه رجال الاعمال والتجار من أعمال قانونية ، اضافة الى ذلك ، هناك المشروعات العامة التى تتولى ادارة المرافق العامة ، ومملوكة ملكية عامة للدولة لتحقيق المنفعة العامة ، كذلك هناك الجمعية التعاونية التى لا تهدف الى تحقيق أرباح وانما الى خدمة أعضاء الجمعية .

وتأسيسا على ذلك ، يمكن القول أن المجلة كمشروع صناعى وتجارى يمكن ان تصدر فى شكل قانونى من بين الاشكال القانونية المختلفة للمشروع والتى يمكن الاختيار من بينها وهى (٩٩) : —

اولا : المشروع الفردى :

ثانيا : شركات الاشخاص :

١ — شركة التضامن .
٢ — شركة التوصية البسيطة .
٣ — شركة ذات مسئولية محدودة .
٤ — شركة المحاصة .

ثالثا : شركات الاموال :

١ — الشركة المساهمة .
٢ — شركة التوصية بالاسهم .

رابعا : المشروعات العامة :

١ — وزارة أو مصلحة حكومية .
٢ — اجهزة السلطات المحلية .
٣ — المشروع المختلط (عام غير كامل) .
٤ — المؤسسة العامة .
٥ — الشركة العامة .

خامسا : الجمعيات التعاونية :

التنظيم القـانونى لاصدار الصحيفة

يخضع اصدار اى صحيفة — جريدة أو مجلة — الى نـوع من التنظيم القانونى . ويختلف هذا التنظيم من بلد الى آخر لاختلاف مفهومها للحرية وتبعا لاختلاف نظمها السياسية والاجتماعية . فقد يكتفى لاصدار الصـحيفة بمجـرد اخطار يبلغ الى الجهـة الادارية المختصـة ، وقد يحتاج الاصـدار الى الحصول على ترخيص سابق منهـا . ويـدور النظام المصرى فى اصدار الصحف بين فـكرتين : فـكرة التـرخيص وفكرة الاخطار (١٠٠) .

وحتى عام ١٩٧٥ حكم اصدار الصحف قانونين : قانون المطبوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ ، وقانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ الذى أضاف افكارا جديدة الى تنظيم اصدار الصحف .

فبمقتضى المادة الاولى من قانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ لا يجوز اصدار الصحف الا بترخيص من الاتحاد القومى الذى حل محله الاتحاد الاشتراكى .

(والصحف التى يتعين الحصول على ترخيص باصـدارها هى : الجرائد والمجلات وسائر المطبوعات التى تصدر باسم واحد بصـفة دورية ، وقد استثنى من الحصول على الترخيص المجلات والنشرات التى تصدرها الهيئات العامة والجمعيات والهيئات العلمية والنقابات وذلك لما تتسم به هذه المطبوعات من صفة خاصة ولان تداولها يقتصر على اعضاء الهيئات التى تصدرها) .

وبمقتضى المـادة ١٣ من قانـون المطبـوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ الذى لا يزال معمولا به حتى الآن ، يجب على كل من يريد أن يصـدر جريدة أن يقدم اخطارا كتابيا بذلك الى المحافظة التى تقع الجريدة فى دائرتها ، فقانون المطبوعات لا يوجب الحصول على ترخيص سابق من جهة الادارة ، بل يكتفى باخطارها باصدار الجريدة .

(والجريدة التى يقصدها هى : كل مطبوع باسم واحد بصفة دورية فى مواعيد منتظمة أو غير منتظمة) (١٠١) .

وفى عام ١٩٧٥ صـدر قرار من رئيس الاتحـاد الاشـتراكى العربى بانشاء المجلس الاعلى للصحافة ، وأصبح يشترك فى اعطـاء تصاريح اصدار الصحف .

فلاصدار مجلة — على سبيل المثال — أصبح لابد من تقـــديم طلب للمسئولين برغبة صاحبه فى اصدار مجلة على أن يذكر فى هـــذا الطلب اسمه وجنسيته وعنوانه واسم الدورية ويكون غالبا اسما جديدا لم تصدر به دورية من قبل ، الا اذا توقفت عن الصدور وأخذ من صاحبها أو ورثته تنازلا عن الاسم . وبعـــد ذلك يذكر اسم رئيس التحرير المسئول واسم المطبعة التى ستقوم بطبعها وعنوانها واسم صـــاحبها ان كانت مملوكة لصاحب الدورية واللغة أو اللغات التى ستصدر بها الدورية ومواعيـــد صدورها أى دوريتها .

وبعد ان توضح البيانات المذكورة على صورتين من اخطار مطبوع معد لذلك يوزع مجانا من ادارة المطبوعات أو الاماكن المسئولة ويوقع عليها صاحب امتياز اصدار الدورية ورئيس التحرير ويوقع معها خطـــابا من صاحب الامتياز الى ادارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة يبدى فيه رغبته فى اصدار أمر بالموافقة على طبع الدورية وتداولها بين القراء وتعيين المسئولين عن تحريرها .

بعد ذلك تدرس الجهات المســـئولة الطلب فاذا كان مســـتكملا من جميـــع الجوانب يرســـل لصـــاحبه التصريح باصـــدار الـــدورية ، وهو غير محـــدد بمدة معينة بل يظل قائما مادامت الدورية مســـتمرة فى الصـــدور .

أما اذا حدث تغيير فى البيانات السابق توقيعها بالاخطار مثـــل شخص رئيس التحرير أو المالك أو اسم الدورية أو مواعيد صـــدورها فعلى ادارة الدورية (المجلة هنا) ابلاغ ادارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة كتابة بالتغيير الذى سيحدث دون حاجة الى عمل اخطـــار جديد ويعمل المسئولون عن اصدار الـــدورية عـــلى الاحتفـــاظ بخطاب التصريح لتقديمه للمسئولين عند طلبه واطلاع المسئولين عن المطبعة عليه

فاذا صدرت الدورية (المجلة) يجب أن تضـــع فى الحســـبان :
اسم الدورة صاحب امتيازها واسم رئيس التحرير وعنوان صـــدورها ومكانه واسم المطبعة التى تقوم بطبعها وتاريخ الطبع ورقم العدد والسنة الصحفية (رقم العدد ومكانه من اول عدد صدر منها وعدد الســـنوات التى مضت على صدور اول عدد منها) على كل عدد يصدر منها وكذلك على ادارة الدورية ان تودع عشر نسخ من كل عدد يصدر منها فى مديرية الامن التابعة لها الدورية ومطبعتها وست نسخ الى ادارة المطبوعات بمجرد طبعها وتسلم خمس نسخ لدار الكتب العامة (١٠٢) .

ولكن المجلس الاعلى للصحافة لم يمارس سلطاته فى عملية الترخيص باصدار الصحف ، فالصحف الحزبية الجديدة « مصر » و « الاحرار » و « الاهالى » ، و « الشعب » صدرت بدون ترخيص أو اخطار، حيث اتاح لها قانون الاحزاب الصدور كحق من حقوق الاحزاب بمجرد تأسيسها .

ونظرا للقيود التى وضعها القانون على اصدار الصحف (جرائد ومجلات) وتحريمه اصدارها على الافراد — رغم أنه رسميا لم يحرم أى فرد حق الاصدار الا أن الواقع يشهد أنه لم يصدر فرد جريدة أو مجلة منذ عام ١٩٥٢ حتى الآن ، نجد محاولات عديدة للتهرب من هذه النقطة ، وأصدار مجلة أو جريدة ومنها على سبيل المثال لا الحصر :

— اسقاط صفة الدورية عن مطبوع باصداره ١١ مرة فى السنة — مثلا — اذا كان شهريا . أو ٥١ مرة فى السنة اذا كان اسبوعيا ، مما يجعله يخرج عن نطاق القانون : ويصبح كتابا عاديا — غير دورى، لان القانون يعرف الصحيفة — التى تنطبق عليها احكامه بأنها أى مطبوع يصدر بصفة دورية ؛ وهذا ما فعله عبد العظيم مناف المدير العام لمجلة « الموقف العربى » وحمادة البمبى ناشر مجلة « أفكار » .

— تكوين جمعيات أهلية أو اتحادات تصدر عنها جرائد أو مجلات ، ذلك لان القانون لا يطالب الصحيفة التى تصدر عن جمعية أو دينية أو هيئة أو منظمة أو نقابة جماهيرية بالحصول على ترخيص وهذا ما فعله الدكتور عبد المنعم سعد حينما أسس جمعية لفن السينما ليصدر عنها بعد ذلك مجلة « السينما والناس » الشهرية . وفاروق يوسف الذى أصدر جريدة « الاهلوية » الاسبوعية عن جمعية ترقية شباب عابدين التى اسسها الدكتور عبد القادر حاتم عام ١٩٥٥ ، كذلك أصدر نادى المسرح بالقاهرة مجلة « المسرح » ، وصدرت مجلة « الشاشة الصغيرة » عن جمعية الشاشة الصغيرة لعدة شهور وتوقفت .

— الاستفادة بالتراخيص القديمة لجرائد أو مجلات واعادة اصدارها مرة أخرى مثل : مجلة « البعكوكة » الشهيرة التى أعيد اصدارها مرة أخرى — وتوقفت — ومجلة « الدعوة » و و « الاعتصام » ، ومجلة « أنباء الخليج والجزيرة » التى أصدر منها الدكتور فاروق أبو زيد — عدد واحدا منها وتوقفت — كملحق لمجلة قديمة هى مجلة « صوت الجيزة » كان يراس تحريرها فى الماضى ..

***

اصدار المجلات فى ظل قانون ((سلطة الصحافة)) رقم ١٤٨ الصادر فى ١٤ يوليو ١٩٨٠

خلال الصفحات السابقة استعرض المؤلف اصدار المجلة ـــ كشكل صحفى من الزاوية القانونية التى حددتها التشريعات الصحفية المصرية التى بدأت بصدور أول قانون للمطبوعات فى مصر عام ١٨٨١ حتى تشكيل المجلس الاعلى للصحافة عام ١٩٧٥ ـــ والثغرات الموجودة فى هـــذه التشريعات ، والآن .. وبعد صدور قانون سلطة الصحافة فى ١٤ يوليو ١٩٨٠ هل اختلفت الصورة او بعبارة أكثر تحديداً هل تغير اسلوب اصدار الصحف عامة ـــ والمجلة بوجه خاص ؟ !

حرية اصدار الصحف (جرائد ومجلات)

بادىء ذى بدء نجد أن القانون يكفل حـــرية اصدار الصحف ـــ جرائد ومجلات ـــ للاحزاب السياسية والاشخاص الاعتبـــارية العامة والخاصـــة .

وفى الوقت نفسه يحظر القانون اصدار الصحف او الاشتراك فى اصدارها أو ملكيتها بأية صورة من الصور على الفئات الآتية :

(١) الممنوعين من مزاولة الحقوق السياسية .
(٢) الممنوعين من تشكيل الاحزاب السياسية أو الاشتراك فيها .
(٣) الذين ينادون بمبادىء تنطوى على انكار الشرائع السماوية .
(٤) المحكوم عليهم من محكمة القيم .

خطوات اصدار الصحف (جرائد ومجلات) :

ـــ يجب على كل من يريد اصدار صحيفة جديدة أن يقدم اخطارا كتابيا الى المجلس الاعلى للصحافة موقعا عليه من الممثل القانونى للصحيفة يشتمل على : اسم ولقب وجنسية ومحل اقامة صاحب الصـــحيفة واسم الصـــحيفة واللغة التى تنشر بهـــا وطريقـــة اصـــدارها وعنوانها واسم رئيس التحرير وعنوان المطبعـــة التى تطبـــع فيها الصـــحيفة .

وفى حالة أى تغيير يطرأ على البيانات التى تضمنها الاخطار بعـــد صدور الترخيص يجب اعلان المجلس الاعلى للصحافة كتابة بهـــذا التغيير قبل حدوثه بثمانية أيام على الاقل الا اذا كان هذا التغيير طرأ على وجه غير متوقع وفى هذه الحالة يجب اعلانه فى ميعاد غايته ثمانية أيام على الاكثر من تاريخ حدوثه .

ويعاقب الممثل القانونى للصحيفة عند مخالفة هذه المادة بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة اشهر وبغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيـــه ولاتجاوز الف جنيه أو باحدى هاتين العقوبتين فضلا عن الحُكم بتعطيل الصحيفة مدة لا تقل عن ثلاثة اشـهر ولا تجاوز سنة .

— ويصدر المجلس الاعلى للصحافة قراره فى شأن الاخطار المقـــدم لاصدار الصحيفة خلال مدة لا تجاوز أربعين يوما من تاريخ تقـديمه اليه ويعتبر عدم اصدار القرار فى خلال المدة سالفة البيان بمثابة اعتراض من المجلس الاعلى للصحافة على الاصدار .

وفى حالة صدور قرار برفض اصدار الصحيفة يجوز لذوى الشأن الطعن فيه أمام محـــكمة القيم خـــلال ثلاثين يوما من تأريخ الاخطـــار بالرفض .

— وفى حالة عدم صدور الصحيفة خلال ثلاثة شهور تالية للترخيص ، أو اذا لم تصدر بانتظام خلال ستة اشهر اعتبر الترخيص كأن لميكن، ويكون اثبات عدم انتظار صدور الصحيفة من المجلس الاعلىللصحافة ويعلن القرار الى صاحب الشأن .

— وتعتبر الموافقة على اصدار صحيفة امتيازا خاصا لا تنتقل ملـــكيته بأية صورة من صور نقل الملكية .

وكل تصرف يتم بالمخالفة (لهذا الحكم) يعتبر باطلا ، ويعـــاقب المخالف بغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تجاوز الف جنيه فضلا عن الحكم بالغاء ترخيص الصحيفة .

« البعـد الثالث فى عملية التخطيط لاصدار مجلة »

وضع الخطة أو الجدول الزمنى للتنفيذ

بعد أن ينتهى المخطط لاصدار مجلة من اتخـاذ القرارات الاساسية المختلفة التحريرية والاقتصادية والفنية والبشرية والتنظيمية والقانونية، يـكون قـد اسـتقر على « تصـور » أو « خطة » محـددة المعالم لمجلته ويبقى عليـه أن يحولها الى « كيان مادى » او نسخة مطبوعة من المجلة ، وهنا تبدأ عملية التنفيذ التى لابد وان يوضع لها خطة زمنية أو جـدول زمنى .

وعملية وضع جدول زمنى للمشروع Schedule ، أو الجدولة الزمنية Schedule ، لاصدار المجلة هنا هى : تحديد الوقت النسبى الذى يجب أن تبدأ فيه العمليات أو المراحل المختلفة وتضع الهدف الزمنى المطلوب تنفيـذه ، ومن الممكن أن تتم دون الاشارة الى يوم معين ، ومن الناحيـة العملية من الافضـل أن يتم وضـع أيام معينة كأيام بدء وأيام انتهاء (١٠٣) .

وتبدو اهمية الجدول الزمنى فى المشروعات أو العمليات الانتاجية التى تتم فى عدة مراحل وهو ما ينطبق على عملية اصدار المجلة .

وعلى ذلك فلا بد ان يضع المخطط لاصدار المجلة ، او ادارة المجلة بالاضـافة الى هيئـة تحريرها كشـفا يوضح العمليـات المطلوب تنفيذها مبينا بصـفة خاصة موعـد الابتداء وموعد الانتهاء لكل عملية تقـرر تنفيذها ، وبهذا يربط العمليـات المختلفة من اجـل تحقيق هـدف محـدد .

ومن أكثر الطرق انتشـارا فى جدولة المشروعات « الزمنيـة » خرائط جانت لتخطيط المشروعات Gantchart ، وهى تتـكون من مقيـاس زمنى (يـوم — شهر — أسـبوع) من ناحيـة ، ومن الناحيـة الاخرى يتم عـرض عنـاصر المشروع أو أجـزائه فى شكل أعمـدة أو رموز لتوضـيح مدى التقدم فى الاعمال مع تحـرك الوقت يوما بعد الآخر (١٠٤) .

فاذا انتهت ادارة مجلة من البعدين الاولين لعملية التخطيط لاصدار مجلة وهما : الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع واتخـاذ القرارات

الاساسية فى عمليــة الاصــدار ، بقى ان يوضع الجدول الزمنى لاصدار المجلة : فاذا كان اصــدار المجلة قد تحدد له بداية عام ١٩٨٠ وبدأت عمليــات وضع جدول زمنى فى شــهر ســبتمبر عــام ١٩٧٩ ، ينبغى وضــع جدول زمنى لاصدار المجلة يوم الثلاثاء ١ يناير عــام ١٩٨٠ مستعينين بخرائط « جانت » لتخطيط المشروعات (١٠٥) .

مصـــادر المدخل ومراجعه

(١) شعبان عبد العزيز خليفة : الدوريات فى المكتبات ومراكـــز المعلومات ، العربى للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٦ .

(٢) اعتمد على المراجع التالية فى استيضاح الفروق بين هـــذه المصطلحات :

— Hidlick, W.E. «Aclose Look at Magazines and comics, U.S.A., 1973, PP. 12 - 23.

— Mott Luther Frank : « A History of American Magazines »' Cambridge Mass book press of Harvard University' PP. 5 6.

— Mott, Luther Frank : « A History of American Magazines ». University Press, Iowa, Second edition, 1969, PP. 22 - 35.

— Fisher, Heinz Ditrich & Herril, John : International and Intercultural Communication, Hastings House publishers, New York, 1976, PP. 99 - 106.

— Mclean. Ruari : Magazine Design, Oxford University Press, New York, London, Torentc, 1969, P. 1.

(٣) نقلا عن عبد العزيز الدسوقى وعبد الغنى حسن : روضة المدارس ، الهيئة المصرية العـــامة للـكتاب ، القـــاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ٩ .

(٤) عبد اللطيف حمـــزة : المدخـــل فى فن التحـــرير الصحفى ، دار الفكر العربى القـــاهرة ، الطبعة الرابعة ، ١٩٧٠ ، ص ٣٦٠ .

(٥) عبد العزيز الدسوقى وعبد الغنى حسن : مرجع سابق ص ٩ .

(٦) عبد اللطيف حمزة ، مرجع سابق ص ٧ .

(٧) شكرى فيصل : الصحافة الادبية : وجهة جديدة فى دراسة الادب العربى المعاصر ، معهد الدراسات العربيـــة العالية ، القاهرة ، ١٩٦٠ ، ص ٢٠ .

(٨) نقلا عن عبد العزيز الدسوقى وعبد الغنى حسن ، مرجع سابق ص ٩ .

(٩) المرجع السابق نفسه ، ص ١٠ .

(١٠) سامى عزيز : « فن المجلة » مجموعة محاضرات ألقيت على طلبة الصحافة والنشر ، بكلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٧٥ .

(١١) اجلال خليفة : « الصحافة » بدون ناشر ، دار الطباعة الحديثة القاهرة ١٩٧٦ ، ص ٧٧ .

(١٢) محمد سيد محمد : ما المجلة الادبية ؟ مجلة الدراسات الاعلامية ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الاول ، يناير ١٩٧٩ ، ص ١٩ .

(١٣) محمد سيد محمد : « اقتصاديات الاعلام » ، مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ص ٢٧ .

(١٤) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(١٥) اعتمدت فى عرضى لتصنيف المجلات على ابرز المراجع التى تعرضت لهذه الفكرة وهى :

— Fedler, Fred : An introduction to the Mass Media, Harcourt Joun Inc., New York, San Digo, Chicago 1978.

— Whitney, Fredrick C. : Mass Media and Mass Communications in society, W. M. C. Brown Company Publishers, 1975.

— Littlefield, James E. & Kirkpatrik, C.A. : Advertising : Mass communication in Marketing, Houghton Mifflin Company, Bombay, First Indian Print, 1971..

— Charnely, Michelle V. & Converse, Blair : Magazines Writing and Editing, Drydon Press, New York, 1938.

— Sandman, Peter. M. & Rubbin, David M. & Suchman, David : Media : An introductory analysis of American Mass Communic-

ations prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersy, Second edition, 1976.

— Wolsely, Ronald. E. : The Magazine World - an introduction to magazine Jounrnalism, Prentice - Hall, New, York 1964.

— Peterson, Theodore : Magazine in the twentieth Century, University of Illindis Press, Mrbana. Chicago - London, Secoud edition 1975.

(16) Sandman, Peter M. & Rubbin, David M. & Suchman, David, OP. Cit., P. 282.

(18) Sandman Peter M. & Rubin, David M. & Suchman, David, Op cit., P. 229.

(19) Merril, John & Bryan, Carter R & Alisky, Marian : « The Foreign Press : Asurvey of the world Journalism, Louisiane, State University press, Baton Rogue, U.S.A 1973, P. 15.

(20) Peterson, Theodore, Op. Cit., P. 76.

(٢١) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(٢٢) س. دينوابيه : « الصحافة فى العالم » ، ترجمة عبد العاطى جلال ، الالف كتاب ٢٩٠ ، دار سعد مصر ، القاهرة ، بدون تاريخ ، ص ١٧٦ .

(٢٣) حسنين عبد القادر : الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦١ ، ص ٢١ .

(٢٤) شعبان عبد العزيز خليفة ، مرجع سابق ، ص ٢٣ .

(٢٥) جورج ديهاميل : دفاع عن الادب ، ترجمة وتعليق محمد مندور ، سلسلة من الشرق والغرب ، الدار القومية للطباعة والنشر ، بدون تاريخ ، ص ٦٣ .

(26) Whitney, Fredrick. C., Op. Cit., P. 82.

(27) Ibid, P. 79.

(٢٨) أحمد بدر : « الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية » ، دار القلم ، الكويت ١٩٧٢ ، ص ٢٣ ، ٢٤ .

***

مصـــادر الكتاب ومراجعـــه

(1) Wolsely, Ronald. E. The Magazine world : an introduction to Magazine Journalism, Op. Cit, P. 63.

(٢) استفدت فى هذا الجزء من المراجع الاتية :

ـ فريد راغب النجار : « تحليل الشبكات لتخطيط وجدولة ومراقبة المشروعات » وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ .

ـ على رفاعة الانصارى : « استراتيجية المشروعات : سياسات ادارية » ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٦ .

ـ محمد يسرى قنصوة ، أحمد رشيد : « التنظيم الادارى وتحليل النظم » ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

— Coventry, William F. : « Management ». A Howard & Wymdham Company, London, 1978.

(٣) محمود سلامة عبد القادر « دراسات الجدوى وتقييم المشروعات الصناعية » ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ ، ص ٢٩ــ٣١ .

(٤) فريد راغب النجار ، مرجع سابق ، ص ٢٩ .

(5) Wolsely, Ronald, E. : Under standing Magazines, Op. Cit., pp. 45. - 50 .

(6) Ibid, p. 48.

(7) Peterson, Theodore, Op. Cit., PP. 236 - 257.

(8) Fisher, Heinz Ditrich & Merril, John, Op. Cit., PP. 103, 140.

(9) Peterson, Theodore : Op. Cit., P. 336.. .

(10) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines, Op. Cit., P. 99 - 101.

(11) Pedler, Fred, Op. Cit., P. 340.

(12) Peterson, Theodore Op. Cit., P. 364.,

(13) Wolsely, Ronald E. : Understanding Magazines, Op. Cit., p. : 47, 80.

(14) Peterson, Theeaors, Op. Cit., P. 366.

(15) Ibid, PP. 351, 362.

(16) Fadler, Fred, Op. Cit., P. 351.

Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., p. 351.

(١٧) محمود فياض : « الصحافة الادبية بمصر والاتجاهات القومية ١٩١٤ ــ ١٩٤٠ » ، (الجزء الاول)الجهاز المركزى للكتب الجامعية والمدرسية والتعليمية ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨ .

(١٨) محمود علم الدين : « الفن الصحفى فى المجلة العامة مع دراسة تطبيقية على المجلات المصرية العامة المصور ــ آخر ساعة ــ اكتوبر عام ١٩٧٨ » ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ١٩٨٠ ص .

(19) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., PP. 49 - 50.

(٢٠) محمود علم الدين ، مرجع سابق

(٢١) سمير محمد حسين : « بحوث الاعلام : الاسس والمبادىء» ، بدون ناشر ، مطابع دار الشعب ، القاهرة ، ١٩٧٥.

(٢٢) محمد على العوينى (اشراف) : « مشاكل الاعلام الشبابى : دراسة نظرية وميدانية » المجلس القومى للشباب والرياضة ، جهاز الشباب الادارة العامة للتخطيط والبحوث والاحصاء ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٥١ .

(23) Wolsely, Ronald. E., Understanding Magazines. Op. Cit., pp. 139, 149 - 150. .

(٢٤) ، (٢٥) سمير محمد حسين ، مرجع سابق .

(26) Wolrely, Ronald. E., Under standing Magayire, Op. Cit., P. P. 150.

(٢٧) جيهان احمد رشتى : « الاسس العلمية لنظريات الاعلام » ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(28) Wolsely, Ronald. E. Thi Changing Magazine, The Iowa State University press, Iowa, 1972, pp. 15 - 25.

(٢٩) طلعت الزهيرى : الاعلان بين العلم والتطبيق ، دار المعارف، القاهرة ١٩٧٥ ، ص ١٠٤ ، ١٠٥ .

(٣٠) محمد على العوينى (اشراف): مرجع ص ٧٤ — ٧٨ .

(31) Erickson, Mc. cann : Middle East Media study 1979 London.

(٣٢) المركز العربى للبحوث والادارة (آراك) : « اتجاهات القراء لمجلة أكتوبر » ، ١٩٧٨ ، القاهرة .

(33) Wdsely Ronald. E. : Under Standing Magazines, Op. Cit., P. 351.

(٣٤) توماس بيرى : « الصحافة اليوم » ، ترجمة مروان الجابرى مؤسسة أ. بدران للطبع والنشر ، بيروت ، ١٩٧٤ ، ص ٢٥٧ ، ٢٥٨ .

(35) Ferguslon, Rowena, A, : « Editing The Small Magazine». U.S.A, Columbia press, Second edition 1976, p. 181.

(٣٦) توماس بيرى ، مرجع سابق ، ص ٢٦٠ — ٢٨٢ .

(٣٧) محمود علم الدين ، مرجع سابق ، ص ٢٦٣ — ٢٦٦ .

(٣٨) المرجع السابق نفسه ، ص ٣٣٤ — ٣٣٨ .

(٣٩) المرجع السابق نفسه ، ص ٤٠٥ ، ٤٠٦ .

(40) Farguson, Rowena. A., Op., Cit., P. 181.

(٤١) جلال الدين الحمامصي : مقابلة شخصية بمكتبة بمؤسسة اخبار اليوم .

(42) Forguson, Rowena. A., Op. Cit, P. 182.

(٤٣) استفدت في ذلك من :

— زكي محمود هاشم : « الادارة العلمية » ، وكالة المطبوعات ، الكويت، ١٩٧٨ ص ٣٦٩ ، ٣٧٠ .

(٤٤) اعتمدت في عرض الانماط الشائعة للملكية في المجلة على التصنيف الكلاسيكي لانماط الملكية الصحفية الذى أورده كل من فرانك. و. راكر ، وهربرت بي. وليفر في كتابهما :
« Newspaper Organization and Managament.

(45) Fedler, Fred, Op. Cit., PP. 335, 336.

(46) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Harbert Lee, Op. Cit., PP. 21 - 24.

(47) Golding, Peter : The Mass Media, Longman Group, London, 1972, PP. 44 - 48.

(٤٨) محمود عساف : « أصول الادارة » ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨٩ .

(49) Vilehuchet, Blrtra and de la : La Gestion Du Magazine Dunond, Paris, 1975, PP. 31 - 32.

(50) Ibid, P. 32.

(٥١) فاروق محمود الهيثمي : « تخطيط المشروعات الصناعية » ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٨٠ .

(52) Ferguson, Rowena A., Op. Cit., p. 191.

(53) Ibid, P. 192.

(54) Wright, John. S. & Others : « Advertising» Mc - Graw Hill Company, New York, Fourth edition, 1977, P. 372.

(55) Ferguson, Rowena. A., Op. Cit. PP. 194 - 196.

(56) Ibid, P. 196.

(57) Turnbull, Arthur. T. & Baird., N. : The Graphics of conmunion Typography - Layout Design», Holt Reinhart Inc., third edition, 1975 P.. 295.

(٥٨) سمير محمد حسين : « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حتى اليوم » ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب جامعة القاهرة ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٦٨٦ .

(59) Crag. Joh : « Production For The Graphic Designer. waston Guptile publication U.S.A., Third edltion, 1976, P. 81

(60) Ibid, p. 85

(٦١) سمير محمد حسين « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية اليوم » ، مرجع سابق ، ص ٦٨٧ .

(62) Craig, John, Op. Cit., P. 87..

(٦٣) احمد حسين الصاوى : « طباعة الصحف واخراجها » ، الدار القومية للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٥ ، ص ٢١—٥٥ .

— Craig, John : Op. Cit., PP. 16 - 40

(٦٤) اعتمدت فى الحديث عن اختيار ورق طباعة المجلات وانواعه المختلفة على المراجع الاتية :

— Kagy, Fredrick, D. : Graphic Arts, The good heart Willcox Co., gnc. pullications., South Holland, Illirois, 1970.

— Wolsely, Ronald. E., « Underst anding Magazines» Op. Cit.

— Craig, John, Op. Cit.

ـ صليب بطرس : « ادارة الصحف » ، الهيئـــة العامة للـكتاب ، القاهرة ، ١٩٧٤ .

محمود عساف : « أصول الاعلان » ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(65) Craig, John, Op. Cit. PP. 110 , 111.

(66) Ibid p. 111.

(67) Grump, Spencer : Fundamentae of Journalism, Mcgraw Hill Book, U.S.A. 1974, P. 234.

(68) Silver, gorold. A. : Printing Estimating, American Technical-- ety, U.S.A., 1975, PP. 22 - 24.

— Forguson, Rowena, A., Op. Cit., P. 201.

(٦٩) استفدت فى الحديث عن اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشرى فى المجلة بكل من :

ـ يسرى خضر اسماعيل : مرجع سابق ، ص ١٨٩ ـ ١٩٠ .

ـ فاروق محمد الهيثمى : مرجع سابق ، ٨١ .

(٧٠) هذه المصادر الخمسة حددها الدكتور محمود عســـاف لكى يعتمد عليها اى مشروع صناعى ، واعتمدت عليها مصادر تصـــلح للمجلة، انظر :

محمود عساف : مرجع سابق ص ٢٨٩ .

(71) Wolsely, Ronald. E. Unders Tanding Magazines., Op. Cit.,

(27) Kenneth, John Lurian : « Magazine Journalism : New prospects For the art and profession», Montona press Library, First edition Montana, U.S.A, 1977, P.. .117.

(٧٣) محمود علم الدين ، مرجع سابق ، ص

(74) Kenreth. John : Op. Cit:. P. 139.

(٧٥) استفدت فى هذا الجزء من المراجع التالية :

— عبد اللطيف حمزة : « قصة الصحافة العربية فى مصر : منذ نشأتها الى منتصف القرن العشرين » ، مطبعة المعارف ، بغداد ، ١٩٦٧ .

— خليل صابات : « وسائل الاتصال نشأتها وتطورها » ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، طبعة ثانية ، ١٩٧٩ .

— Peterson, Theodore, Op. Cit.

— Mott, Luther Frank, Op. Cit.

— W olsely, Ronald. E., « Understand ing Magazine ». Op. Cit.,

(٧٦) جلال الدين الحمامصى : « الصحيفة المثالية » ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٢ ص ١٧٨ ، ١٧٩ .

(77) Kanneth, John Lurian, Op. Cit., PP. 166 - 173.

(78) Neprand, Theodore. L. New Prew : « Planning good Personnel in your publication » Columbia press, U.S.A. 1975., pp 15, 19.

(79) Ibid, pp. 19 - 22

(٨٠) ، (٨١) ، (٨٢) اعتمدت هنا على المراجع التالية :

— Rothestein, Arnold : « Photojournalism - Picture for magagines and newspopers». Amphoto, Now york, 1963.

— New Kalien, Norman : « Photographs - how to appreciate, Criticize and choose; ». Mc. Graw Hill, New york 1973.

— Feininger, Andreas : « The Complete photographer » Englewood Cliffs, Newyork, Prentice Hall, 1965.

— سمير سعد الدين ، محمود علم الدين (اعداد) : « التصوير الفوتوغرافى وتطبيقاته فى مجال الصحافة » ، مراجعة خليل صابات،

(استنسل) القيت على طلبة قسم الصحافة والنشر ، كلية الاعلام جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٧٨ .

(٨٤) أبو الفتوح حامد عودة : « تنظيم المعلومات الصحفية والارشيف والمكتبات » ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٦٨ ، ص ٧ ، ٨ .

(٨٥) سمير سعد الدين ، محمود علم الدين : مرجع سابق ،

(٨٦) محمد سيد محمد : «اقتصاديات الاعلام : المؤسسة الصحفية»، مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ١٩٧٩ ، ص ١٨٩ ، ١٩٠ .

(87) Wolsely, Ronald. E. : « Understandiny Magazine, ». Op. Cit.. pp 157 - 160.

(88) Sandman, peter. M. & Rullin David M. & Suchman David Op. Cit, PP. 288 - 289.

(٨٩) محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص ١٤١ ، ١٤٢ ، ١٤٣ .

(90) Wain wright, David : Journalism», Altl & Seber London, 1972, P. 210.

— ج. م ميكايلسن : « الصحافة بين الهواية والاحتراف » ، ترجمة محمد كامل جمعة ، مطبعة مصر الحديثة ، القاهرة ، ١٩٥١ ص ٣٦ — ٤٥ .

(٩١) محمود علم الدين : مرجع سابق ص ١٤٥ ، ١٤٩ .

(٩٢) سيد الهوارى : مرجع سابق ، ص ١٣٦ .

(93) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Herbert Lee, Op. Cit. PP. 8 , 9.

(٩٤) خليل صابات : « فن ادارة الصحف وتنظيمها » ، محاضرات على الرونيو القيت على طلبة قسم الصحافة بكلية الاداب جامعة بغداد ، بغداد ، ١٩٧٥ .

(٩٥) المرجع السابق نفسه .

(٩٦) اجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٦١ — ٦٥ .

(٩٧) محمود عساف ، مرجع سابق ، ص ٤٠ .

(٩٨) المرجع السابق نفسه .

(٩٩) زكى محمود هاشم ، مرجع سابق ، ص ٣٥٩ .

(١٠٠) جمال الين العطيفى : « حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية القاهرة « ، دار النهضة العربية ، طبقة ثانية ، ١٩٧٤ ، ص ٥٥ .

(١٠١) المرجع السابق نفسه ، ص ٥٧ ، ٥٩ .

(١٠٢) إجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٥٧ ، ٥٨ .

(١٠٣) سيد الهوارى ، مرجع سابق ، ص ١٢٠ ، ١٢١ .

(١٠٤) فريد راغب النجار ، مرجع سابق ، ص ٣٦ .

(١٠٥) استفدت فى تصميم هذا الجدول الزمنى لاصدار مجلة من خريطة لمشروع صناعى صممها الدكتور فريد راغب النجار على غرار خرائط جانت لتخطيط المشروعات انظر :

— فريد راغب النجار ، المرجع السابق نفسه ، ص ٣٧ .

رقم الايداع ٨١/٢٨٨٥
الترقيم الدولى ٢ — ٢٥ — ٧٣١٥ — ٩٧٧

مطبعة
مؤسسة يوم المستشفيات
١ شارع بستان الخشاب بالمنيرة
القصر العينى — القاهرة

الغلاف من تصميم وتنفيذ ، المركز الجرافيكى العربى بالقاهرة

